

Información Importante

La Universidad de La Sabana informa que el(los) autor(es) ha(n) autorizado a usuarios internos y externos de la institución a consultar el contenido de este documento a través del Catálogo en línea de la Biblioteca y el Repositorio Institucional en la página Web de la Biblioteca, así como en las redes de información del país y del exterior con las cuales tenga convenio la Universidad de La Sabana.

Se permite la consulta a los usuarios interesados en el contenido de este documento para todos los usos que tengan finalidad académica, nunca para usos comerciales, siempre y cuando mediante la correspondiente cita bibliográfica se le de crédito al documento y a su autor.

De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, La Universidad de La Sabana informa que los derechos sobre los documentos son propiedad de los autores y tienen sobre su obra, entre otros, los derechos morales a que hacen referencia los mencionados artículos.

BIBLIOTECA OCTAVIO ARIZMENDI POSADA
UNIVERSIDAD DE LA SABANA
Chía - Cundinamarca

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
CONSULTORÍA Y ASESORÍAS EN EDUCACIÓN EN LA CIUDAD DE BOGOTÁ

DAISSY ACUÑA ESTUPIÑAN
ANDREA CAROLINA LAGOS CASTILLO

UNIVERSIDAD DE LA SABANA
FACULTAD DE EDUCACIÓN
ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA EDUCATIVA
CHÍA-CUNDINAMARCA
2015

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
CONSULTORÍA Y ASESORÍAS EN EDUCACIÓN EN LA CIUDAD DE BOGOTÁ

DAISSY ACUÑA ESTUPIÑAN
ANDREA CAROLINA LAGOS CASTILLO

Trabajo de grado

Carmen Alicia Ruiz Bohórquez
Directora - Proyecto de Grado

UNIVERSIDAD DE LA SABANA
FACULTAD DE EDUCACIÓN
ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA EDUCATIVA
CHÍA-CUNDINAMARCA
2015

Nota de aceptación

Firma presidente del Jurado.

Firma del Jurado

Firma del Jurado

Texto de dedicatoria.

A Dios, quién dispuso los espacios, los tiempos y las personas adecuadas para poder alcanzar este anhelo que había puesto en mi corazón.

A mi esposo, mi papá y mi hermana, quienes no solamente confiaron en mí, sino que sacrificaron sus momentos de descanso para ayudarme y escucharme. Ellos siempre creyeron en mí

Daissy Acuña Estupiñan

A mi señor Jesús, quién en el momento justo puso en mi camino a las personas adecuadas para poder cumplir con esta meta; a pesar de mi estado de salud.

A mis padres, a mi adorada Sobrina María Alejandra, y a Jaime Parra quienes entendieron que debía sacrificar nuestros espacios familiares para alcanzar este sueño profesional y personal que tenía.

Andrea Carolina Lagos Castillo

Texto de Agradecimiento

A los docentes de la Especialización en Gerencia Educativa de la Universidad de la Sabana. Cada uno de ellos nos aportó, no solo de forma académica sino personal para la elaboración de este documento y a transformar nuestra labor en el aula y como gerentes.

Al docente Crisanto Quiroga, director de la especialización, quien nos permitió soñar con una nueva forma de dirigir y hacer de las Instituciones Educativas un espacio de compromiso ético. Un ser humano excelente, que siempre fue más allá de su labor y se tomó el tiempo de escucharnos y debatir con nosotras.

A Carmen Alicia Ruiz Bohórquez, más que una asesora, una docente dedicada y comprometida que nos guio por el mejor camino para poder llevar a cabo este proyecto, además nos permitió creer que la creación de nuestra empresa era una realidad.

RESUMEN

Este trabajo surge como resultado del proceso formativo en la Especialización en Gerencia Educativa de la Universidad de la Sabana. En él, se busca realizar el estudio de factibilidad operativa, técnica y financiera para la creación y puesta en marcha de una empresa que ofrece servicios de asesoría y consultoría educativa. Mediante la recolección de datos e información, la gráficas de la misma y la elaboración de matrices de análisis, se crea el modelo de negocio de –QINISA- en el que se define el segmento de mercado, los canales de distribución, las relaciones con los clientes, actividades y asociaciones claves, así como el modelo de operación y la proyección financiera del negocio a 5 años. A partir del rastreo y el análisis, se llega a la conclusión que la empresa es un negocio viable, que a partir del tercer año genera una ganancia importante para los inversionistas, pero que más allá del lucro económico, esta empresa permitirá que este sueño se convierta en una apuesta política, que busca a través de la creación de empresa devolver la pasión, que muchas veces se ha perdido en las organizaciones humanas que se dedican a la difícil tarea de educar. Por tal razón, el coaching educativo y las actividades formativas de docentes y directivos se destacan como la propuesta de valor del negocio, ya que estas herramientas permiten no solo el mejoramiento de la calidad educativa, sino además transformar de manera real la vida cotidiana de las instituciones y personas que acceden al servicio, teniendo como punto de llegada el fortalecimiento del Proyecto Educativo Institucional.

ABSTRAC

This work is the result of the knowledge learned in the education management specialization program of the universidad de la sabana. Is seek to make in it an operative, technical and financial feasibility study for the structure and start-up of an educational consultancy and advice enterprise. By data and information compilation, graphic and matrix analysis, is developed the -QINISA- business model, which define the market segment, distribution channels, costumer relationships, key activities and negotiations, operative structure and five-year financial projection. Whit this search and analysis is possible to conclude that the enterprise is a viable business whit important utilities for investors from third year. However, beyond the economic profit, this initiative look for turn this dream into a political bet, having as goal to return the passion lost in most of the human organization dedicated to the tough task of education, by making enterprises. So, educational couching and formation activities for teachers and school's managers, are noted as proposal value to this business, because this tools allow not only the improvement of educational quality but also a real transformation of the daily nature of persons and institutions accessing this service, making the strengthening of institutional education project a target.

TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	16
1.DESCRIPCIÓN Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	21
2. JUSTIFICACIÓN	25
3 .OBJETIVOS	35
3.1 OBJETIVO GENERAL	35
3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	35
4. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL	37
4.1 LA CONSULTORÍA	37
4.2 ASESORÍA	41
4.3 INSTITUCIÓN EDUCATIVA	42
5. MARCO LEGAL	44
6.DISEÑO METODOLÓGICO	50
6.1 HERRAMIENTAS	51
6.2 PÚBLICO	51
6.3 MÉTODOS PARA EL ESTUDIO DE MERCADEO	52
6.3.1 Fuentes Primarias.	52

6.3.2 Fuentes Secundarias..	52
6.4 ESTUDIO DE LA OFERTA	53
6.5 ESTUDIO DE LA DEMANDA	53
6.6 PLAN DE ACCIÓN	54
7.ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN	56
7.1 FACTIBILIDAD OPERATIVA	56
7.1.1 Análisis de la competencia.	56
7.1.2 Análisis de la oferta.	61
7.1.2.1. Tabulación encuestas a Instituciones que han contratado servicios de asesoría	61
7.1.3 Análisis de la demanda.	66
7.1.3.1. Tabulación encuestas a Instituciones que no han contratado servicios de asesoría	67
7.2 FACTIBILIDAD TÉCNICA	75
7.2.1 Modo de operación	72
7.2.2 Relaciones públicas	74
7.2.3 Publicidad	75
7.2.4 Elementos técnicos-tecnológicos	76
7.2.5 Cartas descriptivas	79
7.2.5.1 Coordinador	79
7.2.5.2 Asesor/consultor	81
7.2.5.3 Coach	84
7.2.5.4 Auxiliar administrativo	86
7.3 FACTIBILIDAD FINANCIERA	88
7.3.1 Supuestos generales	88
7.3.2 Supuestos financieros	90
	10

7.3.3 Supuestos de crecimiento	90
7.3.4 Estado de pérdidas y ganancias	94
7.3.5 Vpn y tir	97
7.3.6 Diagrama de caja	97
 8. EMPRESA DE CONSULTORÍA Y ASESORIAS EDUCATIVAS	 99
 8.1 MISION	 99
 8.2 VISION	 100
 8.3 IMAGEN CORPORATIVA	 100
8.3.1 Lema. <i>Fortalecemos tus competencias</i>	101
8.3.2 Brochure	102
 9. CONCLUSIONES	 104
 9.1 FACTIBILIDAD OPERATIVA	 104
9.1.1 Segmento de mercado.	104
9.1.2 Propuesta de valor.	106
9.1.3 Canales.	108
9.1.4 Relación con clientes	109
9.1.5 Actividades clave	111
9.1.6 Asociaciones claves	112
 9.2 FACTIBILIDAD TÉCNICA	 113
 9.3 FACTIBILIDAD FINANCIERA	 113
 9.4. GENERALES	 114

Pág.

BIBLIOGRAFÍA	116
WEB GRAFÍA	117
ANEXOS	118

LISTA DE CUADROS

	Pág.
Cuadro 1. Tesis sobre empresas de Asesoría y consultoría Universidad de la Sabana	29
Cuadro 2: Áreas de consultoría que pueden implementarse	40
Cuadro 3. Legislación sobre creación de empresas	45
Cuadro 4. Matriz análisis de la Competencia	57
Cuadro 5. Matriz Análisis de la oferta	64
Cuadro 6. Matriz sobre análisis de demanda	70
Cuadro 7: Estructura de operación	76
Cuadro 8. Precio por servicios	90
Cuadro 9. Mecanismo de fijación de precios	92

LISTA DE GRÁFICAS

	Pág.
Gráfica 1. Convenio interinstitucional	61
Gráfica 2. Confiabilidad de los profesionales que asesoran	62
Gráfica 3. Contratación de empresas de asesoría nuevamente	62
Gráfica 4. Cumplimiento de las expectativas	63
Gráfica 5. Servicios adicionales ofrecidos	63
Gráfica 6. Aspecto que llevan a buscar asesoría	64
Gráfica 7. Forma de contacto	64
Gráfica 8. Tipo de profesional que se espera contratar	67
Gráfica 9. Motivos para contratar empresa de asesoría	68
Gráfica 10. Medios para establecer contacto	68
Gráfica 11. Contrataría una empresa especializada en asesoría educativa	68
Gráfica 12. Convenios interinstitucionales	69

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo A: Verificación del Nombre de la empresa	119
Anexo B: Formulario de registro único empresarial	119
Anexo C: Formato encuesta a colegio que han contratado servicios de asesoría	120
Anexo D: Formato encuesta a colegio que no han contratado servicios de asesoría	122
Anexo E: Formato entrevista a estudiantes posgrado	125
Anexo F: Formato entrevista a asesores especializados Universidad de la Sabana	126
Anexo G. Base de datos colegios calendario B de Bogotá	124

INTRODUCCIÓN

Este proyecto de grado surge como resultado del proceso formativo realizado en la Especialización en Gerencia Educativa de la Universidad de la Sabana. En él se recogen los aportes de las diferentes asignaturas y las enseñanzas de los docentes que acompañaron el proceso. Por otro lado, es evidencia del proceso de capacitación docente financiado por la Secretaría de Educación de Bogotá (SED), mediante el que se espera lograr la cualificación docente como herramienta para el mejoramiento de la educación oficial en la ciudad de Bogotá.

El trabajo tiene como objetivo fundamental evidenciar la factibilidad operativa, financiera y técnica para la creación y puesta en marcha de una empresa de asesoría y consultoría educativa. A través de la aplicación y análisis de diferentes instrumentos y el diálogo con asesores, consultores y directivos docentes se esboza en líneas generales el modelo de negocio, la proyección financiera y el proceso técnico para la prestación del servicio; todo esto, como medio para comprender la necesidad que tiene el sector educativo de una empresa que preste los servicios mencionados y la sostenibilidad de la misma por un periodo mínimo de cinco años.

Tomando como base la deficiencia del sector educativo, en general, para evaluarse y crear planes de mejoramiento que le permitan cumplir con su objetivo misional, surge la iniciativa de crear una empresa de asesoría y consultoría educativa que dé respuesta a las necesidades del sector, pero sobre todo, que le permita a las instituciones educativas que

accedan al servicio, encontrar en ellas mismas las soluciones y respuestas a los problemas que han identificado.

Ya se ha señalado brevemente el marco en el cual se desarrolla este trabajo, se procederá ahora a destacar los referentes investigativos y metodológicos desde los cuales se efectúa la investigación “*Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de consultoría y asesorías en educación en la ciudad de Bogotá*” cuyos propósitos son: en primer lugar elaborar el portafolio de servicios, identificando las necesidades de formación que tienen las instituciones; en una segunda instancia, establecer los recursos para la instalación y operación; en un tercer momento, determinar si es conveniente la ejecución del proyecto, su rentabilidad y el momento oportuno de inicio; finalmente, crear la marca de la empresa, teniendo en cuenta los resultados del estudio de factibilidad, para buscar la identidad de la misma.

En cuanto al punto de vista investigativo, este proyecto se desarrolla desde el denominado paradigma mixto, en el que se admiten abordajes multi, pluri, inter y transdisciplinarios que conllevan a una emancipación en cuanto a métodos y técnicas, y sobre todo reelabora la forma en que se piensa, se ve y se percibe el mundo; en definitiva, permite la ruptura de la investigación y genera nuevas lecturas de la sociedad y de las instituciones educativas, nuevas metodologías y sobre todo nuevos usos sociales y gerenciales de los conocimientos producidos a lo largo del proceso formativo.

Esta investigación permite que se participe como agente transformador, no solo en la forma en que se percibe al docente de aula, sino en el campo de la gerencia educativa, ya que plantea alternativas y propuestas sobre lo que se puede alcanzar con los conocimientos adquiridos a lo largo del proceso de formación académica de los tres ciclos propuestos.

El proyecto le apuesta a mostrar la importancia de la investigación educativa- gerencial y el poder que tiene en y para los docentes, ya que les asigna un nuevo rol dentro del ámbito educativo, el de direccionamiento, el cual permite el conocimiento y la construcción de nuevas realidades educativas y sociales.

Teniendo en cuenta los presupuestos investigativos y los diseños metodológicos antes descritos, el trabajo pedagógico- investigativo se desarrolló teniendo en cuenta las siguientes fases: 1) Generación de condiciones iniciales para el desarrollo de la investigación, donde se incluye el acercamiento a la organización empresarial; la definición del problema y la pregunta de indagación; 2) aproximación a proyectos que en la especialización se hubiesen realizado con referencia a la creación de empresa de asesoría y consultoría en educación; 3) proceso de indagación con directivos docentes y expertos de diferentes instituciones; 4) análisis e interpretación, tanto de las falencias que se perciben en el interior de las instituciones como de las necesidades que tiene el sector educativo; 5) elaboración del portafolio de servicios y definición de adentro hacia afuera de la proyección financiera; y 6) síntesis y socialización de los resultados de la investigación. Es importante señalar que las fases no se desarrollan de manera lineal y que la numeración no destaca necesariamente un orden jerárquico.

De igual manera es necesario evidenciar los giros teóricos y metodológicos originados a lo largo de la investigación, ya que como se mencionó anteriormente éste no es un proceso lineal, sino que en él se dan vuelcos inesperados que nutren la reflexión y permiten reorientar la investigación, sin que por ello se transforme su sentido inicial. En el trascurso específico de este proceso acontecieron ciertas variaciones, ligadas a los presupuestos que sobre las necesidades internas de las instituciones educativas con referencia a la asesoría y la consultoría educativa se tenían, ya que se partió del hecho, que la institución necesitaba un agente externo que de manera objetiva le suministrara los recursos técnicos, administrativos y el talento humano para resolver los problemas internos. Sin embargo, en durante de la investigación, este presupuesto se modificó, permitiendo comprender que las respuestas y soluciones se encuentran en la institución misma y que lo que se necesita es hacer consciente a la comunidad educativa de la mejor manera que puede usar su talento humano para llegar a los objetivos planteados desde su Proyecto Educativo Institucional.

Finalmente, vale la pena presentar el esquema del texto, con el fin de mostrar al lector un panorama amplio del mismo. Para la realización de este documento, se desarrollaron ocho capítulos a saber: en el primero se encuentra la descripción del problema, centrado en la factibilidad para crear un empresa que preste servicios de asesoría y consultoría en la ciudad de Bogotá; en el segundo la justificación, en la que se expone de manera concreta no solo la pertinencia del proyecto de investigación, sino además de la creación de empresa educativa; en un tercer capítulo se señalan los objetivos del proyecto; en el capítulo cuatro se relaciona el marco teórico, que ofrece un panorama general sobre conceptos como consultoría, asesoría e institución educativa; capítulo cinco el marco legal, en el que se

evidencian los documentos pertinentes para la creación de empresa con razón social SAS; en el capítulo seis el análisis de la información, donde se muestra el consolidado del rastreo de información, en este apartado el lector podrá identificar las gráficas que reúnen la información suministrada por la población objetivo, además del análisis de las mismas, que para efectos de una triangulación más enriquecedora se realizaron a través de matrices de doble entrada; en el capítulo ocho, se presenta la marca de la empresa –QINISA- que reúne la perspectiva personal del negocio, así como los aportes realizados por las personas que suministraron información; y finalmente, se encuentran las conclusiones, que van relacionadas con los objetivos, por lo que se presentan diferenciadas entre operativas, técnicas, financieras y generales.

1. DESCRIPCIÓN Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Las instituciones educativas del país se enfrentan diariamente a cambios que afectan su cotidianidad, bajo las políticas que a nivel Nacional o Distrital se implementan, estas se ven obligadas a que su personal se capacite constantemente para poder atender de manera adecuada, lo que exige de ellas la sociedad, tanto en el marco legal como pedagógico.

En el núcleo de estas instituciones, entre sus docentes y directivos, se encuentra la solución a las demandas que de ellas hace el Estado. Sin embargo, por el cúmulo de trabajo y lo multifuncional de la escuela, se ha presentado una ruptura entre los problemas que se deben solucionar y los agentes que pueden dar solución y generar el cambio. La escuela ha dejado que lo urgente haga perder de vista lo importante, puesto que con la premura de dar respuesta inmediata a las exigencias que de ella demanda la Secretaria Distrital y en ocasiones el Ministerio de Educación Nacional, se ha olvidado de cuestionar las prácticas, preguntarse por los sujetos y en general, construir un proyecto educativo que convoque a los actores y de respuesta a los contextos en los que se desarrolla la institución.

A partir de lo observado en las instituciones educativas, en las que la inmediatez de las tareas ha impedido una construcción colectiva de su proceso educativo y donde las prácticas pedagógicas se dilatan entre la inclusión de la norma, la solicitud de formatos, el registro de las acciones, el conflicto entre pares y directivos, entre otros, se evidencia la necesidad de implementar un proceso de reflexión interna que permita realizar procesos de

autoevaluación y planes de mejoramiento, que en el trabajo con la comunidad educativa lleven al desarrollo de un mejor ambiente laboral y una mejora en el acto educativo.

Se parte de la hipótesis que los directivos docentes ven con malos ojos la intervención de los docentes en dichos procesos, que en ocasiones el desconocimiento que tienen ellos como líderes de la institución sobre la totalidad de los temas que deben regir e intervenir en las instituciones educativa, llevan a pensar en la necesidad de acudir a agentes externos que desde una visión más objetiva, permitan el entendimiento de lo que pasa como institución y contribuya al desarrollo de acciones que mejoren y le apuesten a la calidad en las diferentes esferas de la educación.

Teniendo en cuenta que esta situación afecta las instituciones educativas y, que una de las mayores falencias que tienen los colegios del sector oficial y algunos privados, es la falta de efectividad en los procesos, se hace necesario crear alternativas a las diversas problemáticas que se presentan en el ámbito educativo de la institución escolar.

Es cotidiano en las instituciones enfrentar situaciones puntuales para las cuales no se está preparado, por tal razón, surge la iniciativa de crear una empresa de asesoría y consultoría educativa, que con el apoyo de profesionales de diversas áreas del conocimiento pero relacionados con el ámbito educativo, diseñen y ejecuten programas de desarrollo institucional.

Para ello, se hace necesario partir de un estudio de factibilidad que permita responder a la pregunta de la pertinencia de este tipo de empresa; además de un estudio de mercadeo que lleve a establecer el tipo de asesoría y consultoría que buscan las instituciones y lo que esperan de una empresa que asuma este tipo de acompañamiento.

Por tal razón, atendiendo a que esta propuesta de trabajo permitirá enfocar esfuerzos a futuro, los diferentes estudios y la aplicación de instrumentos se desarrollarán con 10 colegios oficiales y 10 colegios privados de la ciudad de Bogotá; el mapeo que se realice de empresas que se dediquen a esta actividad económica y expertos de la Universidad de la Sabana que hayan prestado asesoría a diferentes instituciones educativas del país, de quienes se espera orientación sobre el quehacer como empresa en construcción.

Partiendo del hecho que el mundo de hoy y la Especialización en Gerencia Educativa de la Universidad de la Sabana, invita a los educadores a buscar nuevos campos de acción, impulsa la creación de empresa como estrategia de transformación de la realidad educativa y a verse como futuros gerentes que pueden aplicar su conocimiento más allá del aula de clase; unido a la necesidad que tienen las Instituciones Educativas de verse como sistemas en los cuales todo se relacione entre sí para alcanzar el mismo objetivo, una visión compartida; así como la importancia de la mirada que ofrece un asesor/consultor como agente externo sobre lo que se debe mejorar y la forma de hacerlo, se plantea como pregunta de investigación:

¿Qué tan factible es la creación de una empresa de asesoría y consultoría, para las instituciones de educación formal de la ciudad de Bogotá y las regiones circunvecinas?

2. JUSTIFICACIÓN

Son muchos los problemas internos que viven a diario las instituciones educativas sean del sector privado u oficial, algunos de ellos son el bullying¹, la deserción escolar², la baja calidad educativa³, entre otros; a los que se suman problemas de gestión administrativa; por tal razón, nace la idea de crear una empresa de asesoría y consultoría para instituciones de educación formal en la ciudad de Bogotá; la cual, busca realizar procesos de autoevaluación, implementar planes de mejoramiento, capacitación en lo que respecta al manejo gerencial de la institución educativa; rector, su equipo de trabajo: coordinadores, docentes; y de ser requerido, escuelas de padres; de tal manera que en las instituciones educativas asesoradas, se lleven a cabo procesos reflexivos que permitan el fortalecimiento de los aspectos positivos, así como el mejoramiento y cambio de aquello que es percibido como debilidad o amenaza y que afecta la calidad educativa.

Para las Instituciones de Educación formal, crear estrategias que ayuden a maximizar la calidad y el reconocimiento del proceso educativo, se ha convertido en parte esencial de su labor, al punto que instituciones, privadas y oficiales, buscan el posicionamiento estratégico en su área de influencia, lo que trae consigo mayores ingresos y prestigio, en el caso del sector oficial, permite el ingreso de recursos por número de estudiantes y en algunos casos

¹ Alerta por matoneo tras intento de suicidio de niño de 9 años en Bogotá, Fuente el espectador, encontrado en <http://bit.ly/1lbXJdR>, publicado el 2 de abril de 2014.

² Drysdale Robert, Factores determinantes de la deserción escolar en Colombia, (estudio de un caso), encontrado en <http://bit.ly/QGHyvq>, publicado en Revista del centro de estudios educativos, VOL II, núm.33, 1972.

³ Gossaín, Juan ¿Por qué es tan mala la educación en Colombia?, Fuente el Tiempo, encontrado en <http://bit.ly/1oMUf3S>, Publicado el 28 de Febrero de 2014.

la posibilidad de mantener las jornadas completas. Sin embargo, los directivos docentes no dominan el conocimiento en todas las áreas para crear las condiciones apropiadas que aporten valor agregado a sus instituciones; por lo que, se ven motivados a contratar firmas o empresas especializadas en diversos temas, para que con una mirada objetiva contribuyan en la realización de cambios y en la mejora al interior de las organizaciones.

En el caso de las Instituciones de Educación Distrital (En adelante IED), se reciben apoyos externos con los que cuenta la Secretaría De Educación o se realizan alianzas con otras entidades que le sumen valor a su potencial en el sector, por lo que en este caso, la necesidad de una empresa consultora recae no sólo en la importancia de hacer planes de evaluación y mejoramiento de los procesos internos, sino además en el análisis y evaluación sobre la forma en que los programas creados a nivel distrital (Aulas de inmersión, Hermes, Sena, 40*40, PIEC, INCITAR, Ciclos, entre otros) e implementados, muchas veces sin capacitación en las IED, pueden contribuir o apoyar la misión del colegio, para que no se convierta en una carga para los docentes y en la acumulación de proyectos desarticulados y desencadenados unos con otros, sino en una herramienta que permita a la educación oficial competir en cuanto a calidad y posicionamiento local con las instituciones de educación formal privadas.

En cuanto al enfoque de la asesoría y consultoría hacia procesos de acreditación y Sistema de Gestión de Calidad, es de señalar que la implementación de dichos sistemas en el sector oficial y privado se ha convertido en una necesidad de las Instituciones Educativas en su

ámbito administrativo e incluso de los padres, docentes y directivos en su componente pedagógico.

Con la entrada en vigencia de la ley 872 de 2003 que obliga a crear e implementar el Sistema de Gestión de Calidad (En adelante SGC) en las entidades del Estado antes de diciembre de 2008, se abre el campo de acción en el sector oficial para empresas especializadas que contribuyan con la implementación y el mejoramiento continuo del SGC; que brinden el respaldo como organizaciones multidisciplinarias a las diferentes áreas que lo requieran.

Teniendo en cuenta lo anterior y lo expuesto en la descripción del problema, es pertinente señalar la importancia de este proyecto de investigación en dos niveles: En primer lugar, lo referido a los aportes que da a la especialización en Gerencia Educativa de la Universidad de la Sabana; y en segunda instancia la claridad y los aportes personales que permite el proyecto para la puesta en marcha de la empresa a crear; lo que no sólo, amplía el campo de conocimiento, sino que, además pone en perspectiva real un proyecto que nace como una apuesta académica, pedagógica y administrativa, pero que bajo las condiciones del país y específicamente de la labor docente, una apuesta económica que permita mejorar las condiciones de vida reales de las personas que participan en el proyecto y de aquellos que a futuro se verán involucrados.

En este sentido vale la pena resaltar que, el mundo de hoy invita a los educadores a buscar nuevos campos de acción, impulsa a la creación de empresa como estrategia para la

transformación de la cotidianidad educativa, en definitiva, es una apuesta a verse como gerente educativo y ampliar la visión sobre el trabajo en el aula de clase.

Por otra parte, realizando la investigación de Tesis de grado sobre creación de empresas de asesorías y consultorías se encuentra un amplio portafolio, pero, enfocadas hacia el sector financiero y de administración en donde algunas dan a conocer que se realiza un estudio de viabilidad o inviabilidad de una empresa de este tipo, por ejemplo es el caso de la tesis de grado titulada *Diagnostico de Viabilidad de creación de una empresa de asesorías financieras de la Universidad de la Sabana, realizada por: Luna María y Nancy Rodríguez en el año 2013*, En la cual dan a conocer el estudio de viabilidad financiera como supuesto principal no prestamos ni inversión ardua, puesto que son empresas que al iniciar no necesitan tanto movimiento financiero ni una inversión fija, el caso que plantearon dichas estudiantes en el enfoque financiero de este proyecto de grado es muy parecido al que se realizó para la creación de la empresa de asesorías y consultorías educativas, puesto que la variable de riesgo es igual a cero.

De igual manera, La tesis de grado *Evaluación de la percepción de los estudiantes de la carrera de Administración de Empresas frente a la asesoría académica personalizada y la formación integral, de la Universidad de la Sabana, realizada por: Felipe Becerra, Luis Felipe Pareja y Rafael Montoya, en el año 2003*, evidencia la perspectiva de otras carreras en el ámbito educativo, exponiendo enfáticamente sobre el desarrollo integral de la persona en el ámbito educativo, preocupándose por el crecimiento del ser. A grandes rasgos se habla de entrenar a los profesionales del sector educativo, pero dejan a la deriva el tema

central en el que se podría trabajar, dicha problemática evidenciada en esta tesis de grado, Se plantea en la creación de la empresa de asesorías y consultorías educativas por tal razón se realiza la propuesta de desarrollar y fomentar coaching educativo a directivos y profesores como un plus diferenciador en el portafolio de servicios frente a la competencia. De acuerdo con lo anterior se ve viable la creación de una empresa de asesorías y consultorías educativas, puesto que no existe una gran numero de empresas en este sector, que hayan sido planeados desde la academia, pero ninguna que ofrezca el plus de coaching a directivos y docentes, puesto que la idea es empoderar a los líderes educativos para que ejerzan una labor excelente, tanto a nivel gerencial como personal, así mismo, fortalecer las competencias de los docentes y devolverles la pasión por su trabajo, por su profesión para que desde allí se vean las mejoras en el sistema educativo.

Cuadro 1. Tesis sobre empresas de Asesoría y consultoría Universidad de la Sabana

Título	Fecha de publicación, fuente, editorial y Autores	Resumen
Estudio de factibilidad para la creación de empresa de asesorías y outsourcing	2003, Unisabana Aleph, Tesis de grado	Este trabajo de investigación, permite conocer la viabilidad ó inviabilidad de la creación de una empresa de asesorías contables, tributarias y de comercio exterior en Bogotá, la cual brinda soluciones concretas a las PYMES (Pequeña y

		<p>Mediana Empresa), a problemas de colocación de sus productos en el exterior y/o compras de materias primas e insumos desde el exterior con todas las implicaciones contables, aduaneras y cambiarias que éstas conllevan. Acude a la utilización de una encuesta, para establecer la necesidad de los servicios a ofrecer a la pequeña y mediana empresa</p>
<p>Creación de una empresa de servicios de Asesoría Financiera</p>	<p>2009, Unisabana Aleph, tesis de grado, Jorge Alberto Mejía Hernández Cesar Armando Molano González; Jaime Torres dir.</p>	<p>Para cubrir la necesidad organizacional de optimizar el manejo de los recursos nace GERENCIA AFIN cuya actividad está dedicada al análisis financiero, valoración de empresas y asesoría en gerencia estratégica del negocio de los clientes y de todas las empresas que se encuentran en nuestro mercado objetivo como PYMES y MIPYMES; ofreciendo a cada uno de ellos un portafolio direccionado por un grupo de trabajo altamente calificado de especialistas en la materia, soportado por una plataforma tecnológica que les permite acceso a la información de manera inmediata cumpliendo con la</p>

		promesa de entregarla de manera veraz, segura y efectiva, manejada con la confidencialidad que nuestro manual de ética determina.
Análisis de viabilidad para la creación de una empresa de asesoría financiera en el mercado de pensiones voluntarias en Colombia	2004, Unisabana Aleph, Tesis de grado, Gabriel Antonio Combariza Rojas Ricardo Gaviria Fajardo; Jaime Humberto Martínez Díaz dir.	Las pensiones voluntarias en Colombia son administradas por seis Fondos de Pensiones. Estas empresas utilizan diferentes mecanismos para la atención al cliente; una de ellas, Skandia, utiliza exitosamente financial planners y las demás tienen fuerza de ventas propia. Buscando una oportunidad económica atractiva en el mercado del ahorro pensional, este trabajo identifica la no viabilidad de crear una empresa que ofrezca el servicio de planeación financiera en pensiones voluntarias como el de Skandia en otras Administradoras de Fondos de Pensiones. El diagnóstico se lleva a cabo haciendo uso de herramientas gerenciales útiles para la toma de decisiones estratégicas, en lugar del análisis convencional que involucra variables puramente operativas
Diagnóstico de viabilidad para la creación de una	2007, Unisabana Aleph, Tesis de grado, Jaime Fabian	PROASERAD TLDA , empresa dedicada a la prestación de Servicios de Asesoría e

<p>empresa de asesoría en sistemas de gestión y aseguramiento de calidad en el sector cárnico</p>	<p>Hernández Duque Angela Vivian Ortega Arias; Helder Barahona Urbano dir.</p>	<p>n la Implementación de Sistemas de Gestión de la Calidad, nace con el fin de suplir necesidades identificadas en el sector cárnico, los servicios de la empresa están enfocados a fomentar el crecimiento de la industria Implementando Sistemas de Calidad confiables que generen competitividad y permanencia en el mercado globalizado de hoy, desarrollando soluciones que le permitan a nuestros clientes cumplir con los estándares de calidad exigidos por la normatividad del país y del mercado mundial.</p>
<p>Diagnóstico de viabilidad de creación de una empresa de asesorías financieras</p>	<p>2013, Unisabana Aleph, Luna Luna, María Nancy; Rodríguez Rodríguez, Gonzalo, dir.</p>	<p>El proyecto se plantea manejar a primera instancia sin recursos externos de financiación, por lo que se han desarrollado los flujos de caja sin préstamos, ni gastos financieros en los tres (3) escenarios, con una tasa de retorno descontada, valor presente neto, punto de equilibrio a la tasa mínima de retorno, así mismo se han elaborado los informes financieros de ley en sus tres escenarios. Así mismo se plantea a cinco (5) años la estructura de capital</p>

		a usar, sin descartar en ningún momento cambios si el crecimiento de la misma así lo amerita, por lo que se recurrirá a plantear nuevas estrategias de crecimiento y si fuere el caso realizar nuevos estudios y proponer una nueva estructura financiera.
Evaluación de la percepción de los estudiantes de la carrera de Administración de Empresas frente a la asesoría académica personalizada y la formación integral	2003, Unisabana Aleph, Tesis de grado, Felipe Atuesta Becerra Luis Felipe Pareja Paz; Rafael Montoya Cano; Juan Guillermo Hoyos Díez dir.	A la luz de la misión; de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas que hace referencia a la formación de una persona que busca estudiar, generar y difundir el conocimiento del hombre y su acción dentro de las organizaciones y los procesos de naturaleza económica, administrativa y de servicio. 75 Entendemos que la facultad busca con esto, promover la formación de personas que no solo tengan conocimientos técnicos, sino también posean un alto desarrollo integral, en todos los aspectos del hombre. Pensamos que las asesorías académicas son una importante herramienta para el crecimiento del individuo
Gestión de instituciones	2004, Tesis de	A lo largo de la misma se

educativas inteligentes	la Universidad Complutense de Madrid, Facultad de Ciencias de la Educación, Departamento de Didáctica y Organización Escolar, Antonio Monclús.	instrumenta como adaptar continuamente una institución educativa a la realidad y como mantener una organización flexible, siendo en todo momento el punto central el factor humano, es decir el alumno y el personal de la institución. Para ello se desarrollan diferentes sistemas y técnicas, como la planificación estratégica, la investigación comercial, el benchmarking, la reingeniería de procesos, el análisis de problemas; la toma de decisiones; las herramientas de la calidad, la creatividad en la gestión, la gestión del conocimiento, la gestión de cambio, la inteligencia emocional, la programación neurolingüística, la dirección por objetivos, los planes de formación, la comunicación, y la autoevaluación
-------------------------	--	--

3 .OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GENERAL

Realizar el estudio de factibilidad para la creación de una empresa que ofrece servicios de consultoría y asesoría en educación en la ciudad de Bogotá, Por medio de diversos instrumentos, técnicas y herramientas que permitan comprender el modelo de negocio que se debe diseñar.

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar las necesidades que tienen las Instituciones de Educación formal mediante la aplicación de herramientas de indagación para elaborar el portafolio de servicios de la empresa.
- Establecer la viabilidad técnica y operativa mediante la aplicación de las herramientas pertinentes, a fin de identificar los recursos para la instalación y operación de la empresa
- Identificar los trámites y normas legales para constituir una empresa con el objeto social SAS mediante la consulta en las entidades competentes, con el fin de lograr la puesta en marcha de la empresa.

- Elaborar la proyección financiera de la empresa por medio de herramientas específicas confrontando la información presente con las expectativas futuras, para de esta manera determinar si es conveniente la ejecución del proyecto, su rentabilidad y el momento oportuno de inicio.
- Crear la marca de la empresa de asesoría y consultoría, teniendo en cuenta los resultados del estudio de factibilidad, para buscar la identidad de la misma, esperando que el proceso de socialización de la propuesta se convierta en un estudio de mercadeo que permita tener en cuenta la perspectiva de clientes potenciales y así descubrir oportunidades innovadoras para el negocio.

4. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

4.1 LA CONSULTORÍA

Es un servicio contratado por las empresas a personas o entidades externas, que tiene como objetivo mejorar los rendimientos y resolver problemas. Los consultores son los encargados de ayudar a descubrir problemas específicos y darle solución a los mismos.

El propósito de las consultorías es ayudar a las empresas a alcanzar objetivos estratégicos, a través del descubrimiento de las oportunidades ofrecidas por el entorno y la evaluación de la gestión interna de la empresa contratante, esto en pro del mejoramiento continuo. Para este tipo de intervención, se requiere de un profesional especializado, quien suministre temporalmente y de manera independiente conocimientos, métodos, instrumentos y recomendaciones. En algunos casos, las organizaciones prefieren contratar empresas consultoras, ya que estas cuentan con varios profesionales especializados en diversos campos del conocimiento, lo que permite una mirada compleja y más profunda de las problemáticas a tratar.

Para Alexander Rubiano Director de Mercadeo de Visión Consultoría Empresarial & Económica de la Universidad de La Sabana “uno de los factores que determinan la necesidad de una consultoría, es el desconocimiento que los empresarios tienen sobre ciertos temas vitales para el buen funcionamiento de su organización”⁴, se trata de un problema de gestión, por lo que el consultor se convierte en una herramienta necesaria para

⁴ www. Metalactual.com. Revista de Administración Número 54.2012. Pp. 54-60

que la gerencia encuentre la mejor forma de gestionar y enfrentar con éxito los cambios internos que la organización requiere, no sólo en pro de mayor productividad, sino en relación con múltiples aspectos del quehacer de la empresa.

El trabajo del consultor inicia entonces cuando surge una situación juzgada como insatisfactoria y susceptible de mejora, y termina, con cambios específicos que mejoran dicha situación.

Según lo anteriormente dicho, se podría definir como los rasgos particulares de la consultoría⁵:

- Es un servicio independiente, en el que el consultor no toma decisiones.
- Proporciona conocimientos y capacidades profesionales para resolver problemas prácticos.
- Se basa en el análisis de hechos concretos y en la búsqueda de soluciones integrales y factibles

Es claro que los directores o gerentes de las empresas son buenos y conocen el núcleo central de su negocio, entonces, ¿Por qué contratan consultores?. La respuesta a esta pregunta es más simple de lo que parece, el gerente tiende a centrarse en el aumento de la producción, a mejorar cada día la venta de los bienes o servicios que su compañía oferta en

⁵ Tomado con base en la lectura Unidad I Consultoría y Asesoría, Sin fecha de publicación, Consulta libre en: <http://bit.ly/1IVGdXq>

el mercado. Sin embargo, olvida por completo el manejo transversal que debe darle a su negocio. En definitiva, la decisión de contratar consultores radica en⁶:

- Las empresas no cuentan con personal capacitado para enfrentarse con el problema que han detectado como central.
- Requiere de técnicas y métodos específicos que no domina
- Necesita ayuda intensiva pero transitoria
- Carece de un punto de vista imparcial, que sólo puede darlo alguien externo a la empresa
- Es indispensable aportar elementos, argumentos y juicios que justifiquen decisiones fundamentales para el negocio.

Vale la pena aclarar, que las consultorías no son todo poderosas, y que según las necesidades y perfil de la empresa contratante tienen alcances y limitaciones, que deben quedar claros a la hora de establecer un acuerdo entre las partes, esto permitirá que la empresa goce de los beneficios de una buena consultoría. Sin embargo, independientemente del tipo de empresa o persona que requiera del servicio de un consultor, es indispensable que para el desarrollo del proceso se cuente con un alto grado de compromiso por parte de la alta gerencia del negocio, ya que el consultor es simplemente un acompañante que orienta, pero el cambio y el mejoramiento debe darse de manera natural dentro de la organización, por lo que es algo que debe ir apoyado por aquel encargado de dirigir la empresa, quien en compañía del consultor debe establecer los programas y tareas de

⁶ Tomado con base en la lectura, Asesoría y servicios de Comunicación, <http://bit.ly/1b0Qp5g>, Sin autor ni fecha de publicación.

implementación, así como la manera y el tiempo de la capacitación del personal para que fluyan los cambios requeridos, esto permite que exista orientación y motivación hacia los logros esperados.

Al realizarse el proceso de consultoría y la evaluación del mismo, la empresa podrá lograr beneficios que van más allá de la cuantificación en ventas, pero que en definitiva redundarán en el mejoramiento de la calidad del servicio o bien ofertado. Entre dichos beneficios se encuentran: el mejoramiento del clima institucional; mejor desempeño del recurso humano; ambiente de confianza y con mayor claridad; potencialización de los valores corporativos, entre otros.

Son varias las áreas de consultoría que pueden implementarse para una empresa y también los servicios que como consultor se pueden ofrecer, en el siguiente cuadro se muestra de manera detallada esta información:

Cuadro 2: Áreas de consultoría que pueden implementarse

Área de Gestión	Reducir (Ctrl+1) Los	
Dirección y Organización de Empresas	Evaluación de empresas Planeación/gestión estratégica Construcción de la Estructura Organizacional	Proceso de transformación cultural y cambio profundo Gestión hospitalaria
Talento Humano	Planeación de Recursos Humanos Sistemas de compensación y beneficios	Gestión de competencias Estudios de clima organizacional Legal
Financiera	Diagnóstico de la situación financiera Planeación financiera Planeación tributaria Valoración de empresas	Reestructuración y valoración de empresas Planes de negocio Estructura de costos Presupuestos empresariales
Mercadeo	Plan de mercadeo Mercadeo estratégico Servicio al Cliente Plan de Comunicación Organizacional	Plan de ventas Administración fuerza de ventas Sondeos de mercado Inteligencia de mercados
De calidad y producción	Gerencia de los Procesos del día a día Gestión de calidad y normatividad técnica	Planeación de producción Gestión ambiental Costos
De tecnología	Planeación estratégica/implementación de tecnologías de información Sistemas de información	Internet Comercio electrónico
Ambiental	Norma ISO 14000/OSHAS 18000 Plan de manejo ambiental	Plan de manejo de residuos
De empresas familiares	Protocolo de familia Triangulación: familia, propiedad, empresa.	Plan de sucesión Pensamiento estratégico paralelo

Fuente: www.metalacual.com. Revista de administración número 54. Pág. 57

4.2 ASESORÍA⁷

Es un sinónimo del concepto consultoría, en tanto son servicios contratados por las empresas para mejorar el rendimiento y resolver las situaciones que se evidencian como problemáticas.

Aunque no hay diferencias radicales con las señaladas en el apartado anterior, se pueden evidenciar como características específicas de la asesoría:

- Se da a largo plazo
- Ayuda a descubrir problemas
- Dirige la acción hacia quien puede darles solución

Por lo que puede afirmar, que el asesor hace un acercamiento más generalizado para ayudar a la empresa a afrontar retos cotidianos, por medio de una guía constante orienta hacia el mejoramiento y la consecución de recursos que se necesitan. Su participación, por lo tanto, es más constante y está involucrado en las dinámicas cotidianas de la organización, por lo que es común que el asesor participe en las juntas directivas o en decisiones que aluden a la dirección empresarial. En este aspecto, el asesor, es el encargado de enfocar al directivo en las metas, lo que se ve reflejado en el establecimiento de estrategias y el mejoramiento de procesos.

⁷ Apartes tomados de la lectura Directrices para la actividad académica de consultoría en la Pontificia Universidad Javeriana, publicado en Octubre 6 de 2014. Consulta libre en: <http://bit.ly/1FIZ4vF>

Por lo tanto, la asesoría se puede denominar como un proceso interno, que requiere para la resolución de problemas un conocimiento profundo de las relaciones, procedimientos y particularidades de funcionamiento que se dan al interior de la organización, esto sin perder la objetividad y panorama que ofrece el ser un agente externo a la organización.

Para iniciar un proceso de asesoría, se parte del desconocimiento que tiene la empresa de ciertos temas vitales para el buen funcionamiento de su organización, pero de la capacidad que tiene ella misma para gestionar el cambio. Por lo que no corresponde a la asesoría generar nuevo conocimiento o desarrollo técnico, ya que a través de la transferencia de información y bajo una orientación organizada y estructurada, se lleva al cliente a diseñar proyectos y estrategias sobre la base de las necesidades y problemas identificados de manera conjunta.

4.3 INSTITUCIÓN EDUCATIVA

Siguiendo los postulados de Luz Yolanda Sandoval⁸, docente de la Universidad de la Sabana, se puede señalar que la Institución Educativa es una organización humana, que tiene como finalidad el perfeccionamiento de ser humano en todas sus dimensiones. Por lo que es una organización con un enfoque antropológico, que privilegia al ser humano sobre cualquier otro aspecto y que debe orientar su visión, misión, objetivos, propósitos y acciones a “la formación de las personas, cooperar a su proceso de humanización, facilitar

⁸ SANDOVAL ESTUPIÑAN, Luz Yolanda. Institución Educativa y empresa. Dos organizaciones humanas distintas. Navarra, España. Eunsa Universidad de la Sabana. 2008.

su propio perfeccionamiento, ayudar a alcanzar la excelencia, la plenitud”⁹, por lo que se convierte en un medio que posibilita la actividad de enseñar y aprender.

⁹ NAVAL Cfr y ALTAREJOS F. citado por: SANDOVAL ESTUPIÑAN, Luz Yolanda. Institución Educativa y empresa. Dos organizaciones humanas distintas. Navarra, España. Eunsa Universidad de la Sabana. 2008. P. 122

5. MARCO LEGAL

Dentro del Marco Legal en primera instancia se encuentra la Cámara de Comercio de Bogotá, la cual emite una serie de requisitos y documentos para la constitución de empresa, Dicho procedimiento se resume en los siguientes 7 ítems (Anexo A y B):

- Verificación del Nombre de la empresa en www.rues.org.co y/o www.ccb.org.co
- Documento privado de constitución o escritura pública en el cual se escoge la razón social de la empresa.
- En el caso de la Empresa que se quiere formar cuya razón social es S.A.S. Se ingresa el link www.ccb.org.co - servicio en línea - constitución de empresas S.A.S.
- Diligencias de formularios pre requisitos para la constitución legal de la empresa: Localización de usuarios, naturaleza de la sociedad: Civil o Comercial, entre otras.
- Pre-RUT, el cual se solicita directamente en www.dian.gov.co
- Valor a pagar: Se define del monto del capital con el cual se constituya la empresa, para la S.A.S. Se liquidará sobre el capital suscrito.
- Con la certificación de existencia en la DIAN se debe solicitar el RUT definitivo de la empresa.

Cuadro 3. Legislación sobre creación de empresas

ARTÍCULOS Decretos, Leyes, Acuerdos	IMPLICACIONES Recorrido de la ley y decretos, parafraseo de los artículos más importantes a tener en cuenta
Decreto 545 25 De Febrero De 2011 Por el cual se reglamenta los artículos 5, 7, 48 y 50 de la ley 1429 de 2010.	Art.2: Procedimiento para acceder a los beneficios consagrados en los artículos 5 y 7 de la ley 1429 de 2010. Art. 3: Adecuación de los formularios y sistemas de información, las cámaras de comercios son las encargadas de hacer los ajustes necesarios al formulario de registro. Art. 5: Suministro de información por parte de las cámaras de comercio al ministerio de la protección social.
LEY 1429 29 De Diciembre de 2010. Promulgada por el Gobierno Nacional.	Dicha ley es requisito para la constitución de empresa puesto que permite acceder a grandes descuentos y así mismo incentivos en el diario vivir de la empresa, se expide 'la ley de formalización y generación de empleo.' Art. 1: Aumento de beneficios y disminución de costos en la formalización de empresa. Art. 2: Creación de pequeñas empresas, cuyo personal no sea superior a 50 trabajadores y cuyos activos no superen lo \$5.000 salarios mínimos mensuales. Art. 3: Dentro de los 6 meses siguientes a la entrada en vigencia de la presente ley el Gobierno Nacional bajo el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, deberá: diseñar y promover programas de microcréditos, Desarrollar programas de

	<p>apoyo técnico y financiero, Diseñar programas de capacitación, Fortalecer las relaciones Universidad, Empresa y Estado.</p> <p>Art. 5: Progresividad en el pago de los parafiscales y otras contribuciones de nómina, porcentajes según características de la empresa.</p> <p>Art. 9: Descuento en el impuesto sobre la renta y complementarios de los aportes parafiscales.</p> <p>Art. 12: Prohibición de acumulación de beneficios, los beneficios nombrados en los artículos 9.10.11 y 13.</p> <p>Art. 17: Objeciones al reglamento del trabajo. Modificaciones en algunos artículos del Código sustantivo del trabajo. (Ver cuadro código sustantivo del trabajo.)</p> <p>Art. 27: Procesos de adjudicación y liquidación.</p> <p>Art. 35: Intervención de promotor en los procesos de reorganización.</p> <p>Art. 45: Progresividad en el cobro de tasas por servicios requeridos para el desarrollo formal de las actividades empresariales para las pequeñas empresas.</p> <p>Art. 48: Prohibición para acceder a los beneficios de esta ley, No podrán acceder a los beneficios contemplados en los artículos 4, 5, y 7 de esta ley.</p> <p>Art. 51: Creación del sistema Nacional de información de demanda laboral.</p>
<p>Artículos referidos en la Ley 1429</p> <p>Promulgada por el Gobierno Nacional.</p>	<p>Art. 259. Del Estatuto Tributario: En ningún caso los descuentos tributarios pueden exceder el valor del impuesto básico de renta.</p> <p>Art. 593. Del Estatuto Tributario: Asalariados no obligados a declarar.</p> <p>Art. 119 y 120. Del Código Sustantivo Del Trabajo: El empleador debe publicar en sitios visibles el reglamento interno de la empresa.</p> <p>Art. 10. Ley 1116 de 2006: Obligaciones del empleador.</p> <p>Art. 247. Del Código de Comercio: Obligaciones de los liquidadores, inciso 3: Exigir la cuenta de su administración a cualquiera que haya manejado intereses de la sociedad.</p>

<p>Decreto 898 De 2002 Decretado por el Presidente de la Republica de Colombia.</p>	<p>Art. 5: Los comerciantes que hayan cumplido y estén cumpliendo los deberes de comerciantes, podrán afiliarse a una cámara de comercio cuando así lo soliciten, los afiliados tendrán derecho a obtener gratuitamente los certificados que se relacionen con su propia actividad.</p>
<p>Decreto 1377 27 De Junio de 2013. Decretado por el Presidente de la República de Colombia, Por el cual se reglamenta parcialmente la ley 1581 de 2012.</p>	<p>Art. 1: El presente Decreto tiene como objeto reglamentar parcialmente la ley 1581 de 2012, por la cual se dictan disposiciones generales para la protección de datos personales.</p> <p>Art. 3: Para efectos del presente Decreto se debe tener en cuenta: Aviso de privacidad, Dato Público, Datos Sensibles, Transferencia y Transmisión.</p> <p>Art. 6: Se necesita previa autorización para hacer uso de los datos personales sensibles.</p> <p>Art. 9: Revocatoria de la autorización en el manejo de los datos por parte del titular.</p> <p>Art. 11: Limitaciones temporales para hacer uso de los datos.</p> <p>Art. 13: La políticas de tratamiento de la información, deben contener: Nombre o razón social, domicilio, dirección, mail, teléfono, aviso de privacidad, derechos del titular, persona o responsable al que puede dirigirse el titular de los datos.</p> <p>Art. 20: Legitimación para el ejercicio de los derechos del titular.</p> <p>Art. 25: Contrato de transmisión de datos personales.</p>
<p>Ley 1581 de 2012.</p>	<p>Dicha ley busca promover la protección de los datos personales.</p> <p>El comprador o acreedor de un beneficio tiene el derecho de saber ¿cómo se manejan sus datos?, ¿qué uso se le va a dar? y ¿para qué bases de datos se</p>

<p>Expedida por el Gobierno Nacional Colombiano.</p>	<p>distribuirán?</p> <p>Se debe garantizar a nivel técnico y jurídico, la protección de datos para garantizar la información de los usuarios de la compañía.</p> <p>Si la empresa maneja bases de datos, se debe tener en cuenta:</p> <p>Aviso de privacidad ante la persona titular, Autorización del titular, Condiciones de seguridad adecuadas, proteger los datos personales y sensibles.</p> <p>Art. 28: Establece un plazo de 6 meses para la implementación y adaptación de políticas por parte de las empresas que hagan las veces de encargados y/o responsables del tratamiento de datos, dicha verificación está a cargo de CERTICÁMARA Validez y seguridad Jurídica Electrónica.</p>
<p>Ley 872 de 30 de Diciembre de 2002</p> <p>Decretada por el Congreso Nacional de Colombia.</p>	<p>"Por la cual se crea el sistema de gestión de la calidad en la Rama Ejecutiva del Poder Público y en otras entidades prestadoras de servicios".</p> <p>Art. 1: Creación del sistema de gestión de calidad, Créase el sistema de gestión de calidad de las entidades del estado, como una herramienta de gestión sistemática y transparente que permita dirigir y evaluar el desempeño institucional, en términos de calidad y satisfacción social en la prestación de los servicios a cargo de las entidades y agentes obligados, la cual estará enmarcada en los planes estratégicos y de desarrollo de tales entidades.</p>
<p>Ley 80 de 28 de Octubre de 1993</p> <p>Decretada por el Congreso Nacional de Colombia.</p>	<p>Art. 32: de los contratos estatales. Son contratos estatales todos los actos jurídicos generadores de obligaciones que celebren las entidades a que se refiere el presente estatuto, previstos en el derecho privado o en disposiciones especiales.</p> <p>Art. 53: de la responsabilidad de los consultores, interventores y asesores. Los consultores, interventores y asesores externos responderán civil y penalmente tanto por el cumplimiento de las obligaciones derivadas del contrato de consultoría, interventoría o asesoría, como por los hechos u omisiones que les fueren imputables y que causen daño o perjuicio a las entidades, derivados de la celebración y ejecución de los contratos respecto de los cuales hayan ejercido o</p>

	ejerzan las funciones de consultoría, interventoría o asesoría.
Acuerdo 273 De Febrero De 2007 Decreta el Concejo Nacional de Bogotá y la Secretaría de Educación Distrital.	<p>"por medio del cual se establecen estímulos para promover la calidad de la educación en los colegios oficiales del Distrito Capital y se dictan otras disposiciones". Acuerdo realizado por el Concejo de Bogotá. D.C.</p> <p>ART. 1: Gratitud en la educación, La Secretaría de Educación asegurará la gratitud por todo concepto para las y los estudiantes del Sistema Educativo Oficial de Bogotá.</p> <p>Art. 2: Transporte escolar, Suministrará las rutas escolares para todos los colegios oficiales, así mismo cuando no pueda cumplir con este requisito deberá, dar subsidio de transportes a los estudiantes que lo requieran siempre y cuando se cumpla con la asistencia por parte del estudiante y de la familia al colegio.</p> <p>Art. 3: Incentivos para el acceso a la educación superior, incentivos por parte del estado para promover que los estudiantes continúen sus estudios, técnicos y/o profesionales</p> <p>Art. 4: Exoneración por excelencia académica, Se les concederá hasta el 70% del valor.</p> <p>Art. 11: Incentivos a la investigación, premios para las investigaciones y las innovaciones educativas, presentada por los docentes, directivos.</p> <p>Art. 23: Reconocimiento a colegios distritales oficiales por la excelente gestión institucional.</p>

6. DISEÑO METODOLÓGICO

La metodología utilizada para este proyecto de creación de empresa, está focalizada en el paradigma mixto, que relaciona herramientas cualitativas y cuantitativas de investigación. Desde esta perspectiva metodológica se usa la multinstrumentalidad en la investigación, lo que significa “el empleo de los datos estadísticos, evidencias documentales en conjunción con instrumentos no estructurados, como la observación natural y la entrevista no estructurada”¹⁰ en tanto la experiencia y el testimonio son fuentes valiosas e incalculables de conocimiento, pero también los datos cuantitativos, los cuales ayudan a clarificar sucesos o en algunos casos entender formas de proceder de los diversos actores, además de permitir focalizar la mirada sin perder el panorama general. En definitiva, esta multinstrumentalidad permite el uso de técnicas diversas, sin que se desvíe la opción que mantiene implícita la investigación.

De acuerdo con lo anterior es necesario diseñar diferentes instrumentos que permitan recoger la información de la manera más clara, sencilla, y veraz posible, para finalmente tabular y tomar decisiones acerca del servicio, costos, plan estratégico, etc. Para ello se recurrirá a la triangulación de la información, que busca generar credibilidad en la investigación, además de permitir conocer mejor la realidad para distanciarse y observarla, favoreciendo el reconocimiento del cambio de los sentidos, además de la visualización de rupturas, retrocesos, avances, tensiones y saltos de calidad.

¹⁰ ALVIRA RUIZ, Rosa, RIVERA GARCÍA, Pilar y DOMINGUEZ SANZ, Pedro. Metodología en investigación didáctica de las ciencias sociales. Zaragoza, institución Fernando el Católico. 2010. P. 400

6.1 HERRAMIENTAS

Como medio para definir la intención de compra y el nivel de satisfacción del consumidor, en este caso Instituciones de educación, respecto a empresas de asesoría contratadas se aplicarán varias herramientas que permitan definir el portafolio de servicio, entre ellas se encuentran:

- Encuesta de satisfacción para identificar las amenazas y oportunidades que existen en el mercado. Se realiza con instituciones que han contratado empresas de asesoría. (...Véase Anexo C)
- Encuesta de compra para identificar qué esperan futuros compradores del servicio de asesoría ofrecido (...Véase Anexo D y Anexo E)
- Entrevista a expertos que permita definir el tipo de profesional y capacitación con la que deben contar los miembros de la empresa. Por medio de las entrevistas también se pueden identificar precios y servicios ofrecidos por la competencia. (...Véase Anexo F)

6.2 PÚBLICO

Para la aplicación de las herramientas la población objetivo que va a participar en la investigación es:

- 5 Directivos Docentes del sector oficial que no hayan contratado o realizado convenio con empresas de asesoría y consultoría.
- 5 Directivos Docentes del sector privado que presten sus servicios en el Nivel Socioeconómico 3, 4, 5 y 6.

- 5 Directivos Docentes del sector oficial que en este momento estén en proceso o estén acreditados o certificados
- 5 Directivos Docentes del sector privado que presten sus servicios en el Nivel Socioeconómico 3, 4, 5 y 6 y no hayan contratado empresas de asesoría y consultoría para el mejoramiento de la calidad educativa
- 3 Docentes de la Universidad de la sabana que hayan participado en asesorías a Instituciones de Educación formal en aspectos legales, pedagógicos o de Plan de mejoramiento
- 5 estudiantes de la Especialización en Gerencia Educativa de la Universidad de la Sabana que ejerzan cargos directivos o tengan proyecto de crear Instituciones Educativas
- 5 empresas de asesoría con posicionamiento en el sector

6.3 MÉTODOS PARA EL ESTUDIO DE MERCADEO

6.3.1 Fuentes Primarias. Es la información que se obtiene por medio de las fuentes directas de la información¹¹, en este caso los clientes existentes, es decir, aquellos que han contratado empresas de asesoría; y los clientes potenciales, aquellos que a futuro pueden contratar los servicios ofrecidos por la empresa. Para ello se usan encuestas y entrevistas.

6.3.2 Fuentes Secundarias. Consiste en la recolección de datos en las instituciones que recopilan documentos, datos o información sobre el sector empresarial y educativo. Teniendo presente que esta información esté enfocada desde el punto de vista del mercado,

¹¹ Definición construida a partir de la lectura de Las fuentes de Información de: <http://bit.ly/1f0yVnn>

se hace necesario que la institución reúna información directa de empresarios del sector, sustentada con publicaciones y estadísticas. Por lo que para el caso de este estudio se acudirá a la Cámara de Comercio de Bogotá.

6.4 ESTUDIO DE LA OFERTA

Para implementar herramientas que permitan identificar la oferta, es necesario conocer quiénes ofrecen los mismos servicios. Por medio de este estudio se determina que se está ofreciendo en el mercado, donde hay oportunidades o amenazas y cuáles son las características de lo que se ofrece tanto en precio como en calidad.

6.5 ESTUDIO DE LA DEMANDA

Es necesario definir la respuesta del consumidor ante el servicio que se ofrece, teniendo en cuenta el precio y la calidad. Para ello, se hace indispensable identificar qué está dispuesto a adquirir el cliente potencial y bajo qué circunstancias está dispuesto a hacerlo.

En el estudio de la demanda se debe tener en cuenta:

- La temporalidad del consumo
- Ingresos de la población objetivo
- Consumo de servicios sustitutos o complementarios de lo que se ofrece
- Intereses y gustos de los consumidores

6.6 PLAN DE ACCIÓN

Para llevar a cabo el plan estratégico se desarrolló el siguiente itinerario:

FASE	DESARROLLO	FECHAS 2014.
PRIMERA FASE	*Definición del equipo de trabajo. *Creación del ante-proyecto de investigación. *Dirigido: Docente Investigación Acción Luis Salcedo.	Marzo 29 a Junio 07
SEGUNDA FASE	*Primera entrega: Ante proyecto - ciclo I *Asignación de tutor del proyecto, Docente Carmen Alicia Ruiz Bohórquez. *Entrega de Cronograma de Asesorías. AJUSTES: *Replanteamiento de objetivos. *Ajustes, redacción, avances: Planteamiento del Problema, Pregunta Problema, Justificación, Marco Teórico Referencial, Marco Legal.	Mes de julio 2014
TERCERA FASE	<ul style="list-style-type: none"> • Planteamiento Marco teórico y marco legal • Definición de la población para aplicación de herramientas de indagación 	Mes de Agosto 2014
CUARTA FASE	* Elaboración de instrumentos de indagación * Correcciones de forma y fondo * Finalización de instrumentos * Elaboración de matrices de análisis	Mes de septiembre 2014
QUINTA FASE	* Aplicación de instrumentos a la población seleccionada * Lectura de los instrumentos en función de los objetivos de la investigación	Octubre a Diciembre de 2014
	* Triangulación de la información en función de los objetivos	

SEXTA FASE	<p>específicos de la investigación</p> <ul style="list-style-type: none"> * Elaboración de las matrices de análisis * Esbozo de las conclusiones obtenidas de los instrumentos implementados 	Enero a Febrero de 2015
SEPTIMA FASE	<ul style="list-style-type: none"> * Análisis de los instrumentos con relación a los objetivos planteados * Se establece el modelo de negocio que se pretende diseñar * Elaboración de ejercicios para establecer la viabilidad financiera del proyecto * Análisis de los datos numéricos obtenidos 	Marzo 2015
OCTAVA FASE	<ul style="list-style-type: none"> * Creación de la marca y estructura de la empresa * Ajustes finales 	Abril de 2015
NOVENA FASE	<ul style="list-style-type: none"> * Sustentación del proyecto * Estudio de mercadeo con relación a la marca * Conclusiones fuera del proyecto académico 	Abril de 2015

7. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN


En este apartado, se pretende organizar y analizar la información suministrada por la población objetivo. Por medio de la elaboración de matrices, que recogen los aspectos de mayor relevancia suministrado por las gráficas que se crean a partir de las encuestas y entrevistas aplicadas; la triangulación de dichas matrices con los objetivos y los referentes teóricos se establecen las conclusiones relacionadas con el modelo de negocio que se aspira establecer en relación con la factibilidad operativa, técnica y financiera.


7.1 FACTIBILIDAD OPERATIVA


7.1.1 Análisis de la competencia. A continuación se presentan los cuadros en los cuales se reunió la información recolectada con los diferentes sectores de la población seleccionados. Es importante tener en cuenta que son matrices de doble entrada, por lo que se debe relacionar la información que se encuentra de manera vertical y horizontal.


Para efectos de este análisis no se considerará cada gráfica y matriz por separado, sino que al finalizar el capítulo se establecerán las conclusiones en función de los objetivos planteados con relación a la factibilidad operativa y técnica, lo que permite comprender el modelo de negocio que se pretende diseñar.

Cuadro 4. Matriz análisis de la Competencia

Características a comparar Empresas	Capacidad Administrativa.	Localización Y precios.	Segmento del mercado.	Presentación del Servicio.	Asistencia al Cliente.	Forma de Comercialización.
<p>RJR</p> 	Equipo de jóvenes profesionales, con especialización en áreas técnicas, administrativas y educativas	<p>LOCALIZACIÓN: página web: http://consultoriarjr.blogspot.com/</p> <p>PRECIOS: Varía según el tipo de servicio que solicite la Institución. Se acuerda con el Directivo según los tiempos e intervención de la empresa en la institución.</p>	<p>Se enfoca en la capacitación del capital humano, de organizaciones no específicamente Instituciones.</p> <p>*Servicios de Consultoría, Asesoría y Apoyo Educativo</p> <p>*Diagnósticos Institucionales</p> <p>*Diseño y actualización de Programas educativos, Programas de Proyección social.</p> <p>*Búsqueda y Selección de Personal.</p> <p>*Escuela para/de padres.</p> <p>*Plataformas y Soportes educativos para la enseñanza presencial y no presencial.</p> <p>*Actividades directamente relacionadas, afines o conexas a la Actividad Empresarial.</p>	Es básica. Principalmente un blog que deja acceder a su portafolio de servicios, pero que no permite comprender la forma mediante la cual se prestará el servicio o la manera de contactar	Se dirige a propietarios, representantes legales, comunidad educativa y directivos de Instituciones Educativas o de Organizaciones que incluyan proyectos de capacitación y formación, pero, No es clara la forma en que prestan el servicio, solo a quiénes se dirigen. En muchos aspectos define la importancia de acuerdo con el cliente	Virtual.

<p>C&M CONSULTORES</p> 	<p>Tienen un equipo multidisciplinario de consultores el cual está compuesto por profesionales de excelencia, con formación académica a nivel de postgrado y amplia experiencia específica en las áreas de la consultoría ofrecidas por la organización.</p>	<p>LOCALIZACIÓN: Carrera 6 # 116-30 Oficina 202 de Bogotá, D.C., Colombia. Página web: http://cmconsultores.com.co/</p> <p>PRECIOS: No manejan un portafolio estándar de precios, puesto que este varía según lo que requiera el cliente.</p>	<p>Tienen un enlace en su página web, en donde dan a conocer quienes han sido, o quiénes son sus clientes referenciados. Algunos de ellos: *Ministerio de Educación Nacional *Secretaría de Educación Distrital – Bogotá D.C *Alcaldía de Medellín</p>	<p>Manejan una página web, que permite ver cierta información de dominio público que según criterios internos habilita la empresa, pero, ya para conocer más a fondo se debe ingresar con usuario y clave, y se debe ser empleado o contratante de algún servicio. Manejan redes sociales. Manejan políticas de privacidad, seguridad, y seguimiento de clientes.</p>	<p>Dan a conocer sus sistemas de gestión, los logros obtenidos con cada cliente. *Interventoría a proyectos *Gerencia de proyectos *Asesorías en contratación estatal *Evaluaciones de proyectos</p>	<p>Virtual y presencial</p>
--	--	--	---	---	--	------------------------------------

 <p>winwork consultores.</p> <p><small>Líderes en Capacitación Empresarial en Latinoamérica</small></p>	<p>En la página web se puede conocer a cada uno de los consultores puesto que tienen un espacio solo para los perfiles de los consultores.</p>	<p>LOCALIZACIÓN: no muestran su ubicación, pero, teléfonos de contacto y pagina web, 459 51 47 contacto@winworkconsultores.com Serviciocliente@winworkconsultores.com Página web: http://www.winworkconsultores.com/organizacion.html</p> <p>PRECIOS: No se puede conocer costos por consulta, pero en su página disponen un enlace con el correo contacto@winworkconsultores.com en donde se realizan las cotizaciones.</p>	<p>“Las Organizaciones están realizando desde hace algunos años, un importante esfuerzo por modernizar su gestión; o dicho de otra forma, mejorar los servicios que ofrecen a sus clientes. En esta línea se están aplicando con éxito en el ámbito público y privado muchos sistemas de gestión de recursos humanos. Desde WIN WORK Consultores queremos apoyar este esfuerzo con nuestros Servicios en Gestión del Talento Humano dirigido a Empresas y Organizaciones y por otra parte a Instituciones Educativas y Personal en General” tomado de la pagina http://www.winworkconsultores.com/servicios.html</p>	<p>La presentación del servicio, es muy ágil vía telefónica, pero, se demoran las entrevistas, cuando es atención al cliente se dirigen al colegio u oficina, la página web es muy clara, sencilla de manejar, y explicativa.</p>	<p>Conocen muy bien las necesidades del sector educativo tanto público como privado, razón por la cual saben que personas pueden requerir de sus servicios y lo plasman de la siguiente manera “Por toda Latinoamérica, Empresas (Públicas y Privadas), Instituciones Educativas (Universidades, Colegios, Institutos), Organizaciones no Gubernamentales (Fundaciones, ONG’S, Agremiaciones), Asociaciones y Personas Naturales nos están honrando al elegir nuestros Servicios orientados a satisfacer necesidades directas de capacitación en Crecimiento Personal, Entorno Empresarial y Sector Educativo”</p>	<p>Virtual.</p>
--	--	--	---	---	--	------------------------

<p>Tangram consultores</p> 	<p>No se encuentra en su portal web, una definición y/o un perfil de sus consultores, pero, por lo ofrecido se deduce que son licenciados de diferentes áreas del conocimiento.</p>	<p>LOCALIZACIÓN: 301-6127739 Calle 106ª No. 17ª - 47 Bogotá. educación@tangramconsultores.co página web: http://www.tangramconsultores.co/tangram-consultores.html PRECIOS: Varía según el servicio contratado sea por hora de clase, o por mensualidades.</p>	<p>Su segmento del mercado se enfoca en clases a domicilios para niños, adultos y universitarios.</p>	<p>Página web básica con servicios ofrecidos, es informal maneja mensajes de Facebook y voz a voz.</p>	<p>Se asiste al estudiante en su casa, cafés de estudio, bibliotecas, lugar escogido por el cliente.</p>	<p>Virtual.</p>
--	---	---	---	--	--	------------------------

De la anterior matriz de análisis se puede concluir de manera parcial que, ya que esto se ampliará en el análisis general de la factibilidad operativa:

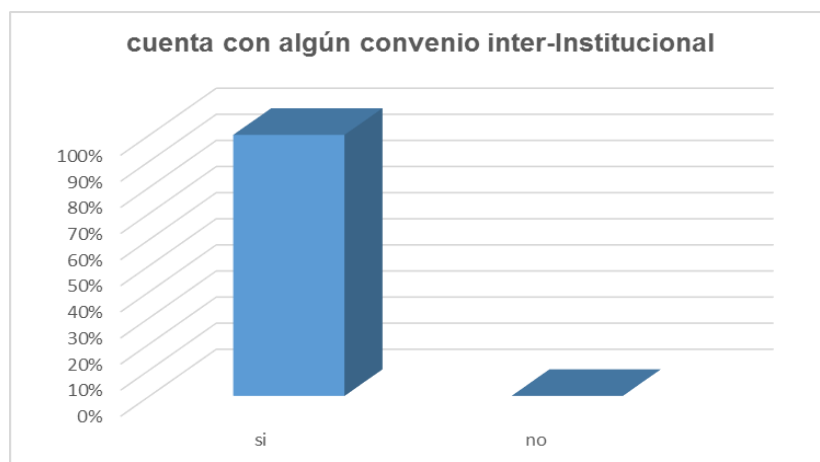
- Ninguna empresa tiene un catálogo de precios fijo para ser consultado; puesto que argumentan que los precios pueden variar según el servicio prestado y el cliente.
- Generalmente las empresas ofrecen sus servicios y se dan a conocer de manera virtual, sea por página web o redes sociales.

- El estudio de la empresa Tangram que se hace llamar empresa de asesorías educativas, su portafolio ofrece únicamente servicios de clases a domicilio para reforzar temas ya sean de colegios o universidad.
- Ninguna de las empresas analizadas ofrece en su portafolio Coaching, por lo cual este tema será un plus para los clientes.

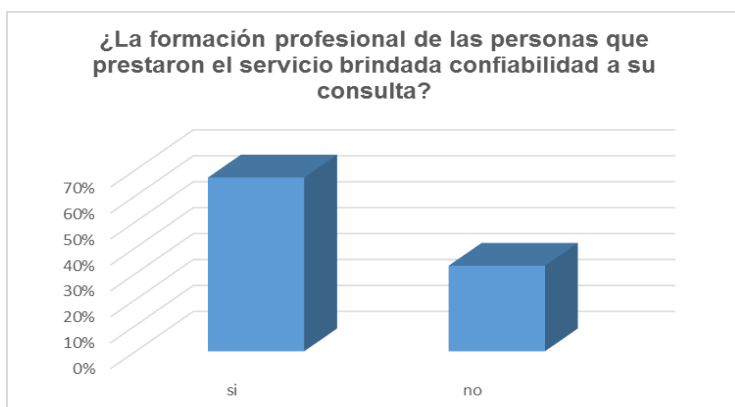
7.1.2 Análisis de la oferta. A continuación se presentan las gráficas resultado de las encuestas y entrevistas aplicadas a la población objetivo. Es importante aclarar que por motivos de organización y para aprovechar de una mejor manera la información suministrada, el análisis de las gráficas se recogerá en una matriz general, que permita al lector identificar los aportes para el portafolio de servicio que se logra alcanzar por medio de este proceso

7.1.2.1. Tabulación encuestas a Instituciones que han contratado servicios de asesoría

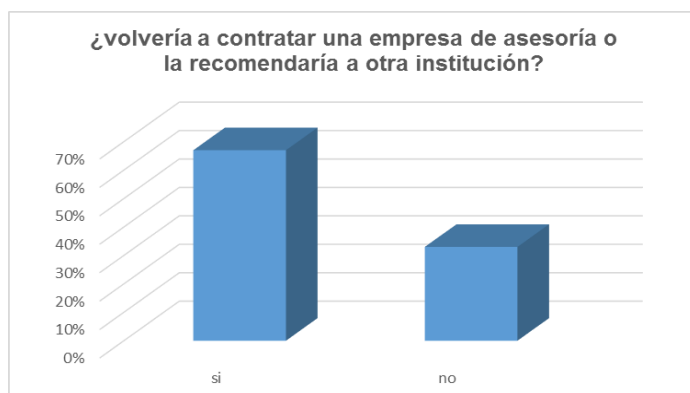
Gráfica 1. Convenio interinstitucional



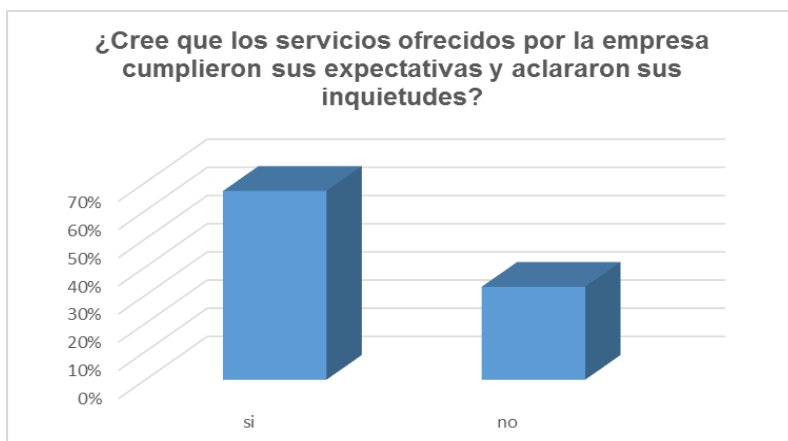
Gráfica 2. Confiabilidad de los profesionales que asesoran



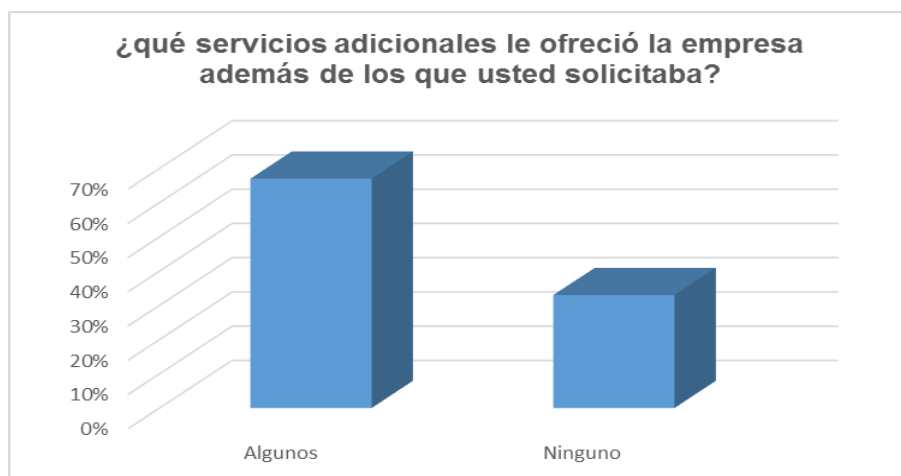
Gráfica 3. Contratación de empresas de asesoría nuevamente



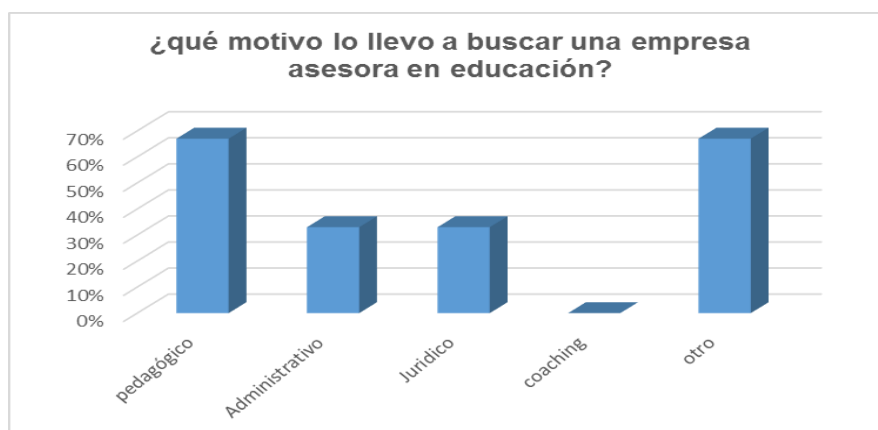
Gráfica 4. Cumplimiento de las expectativas



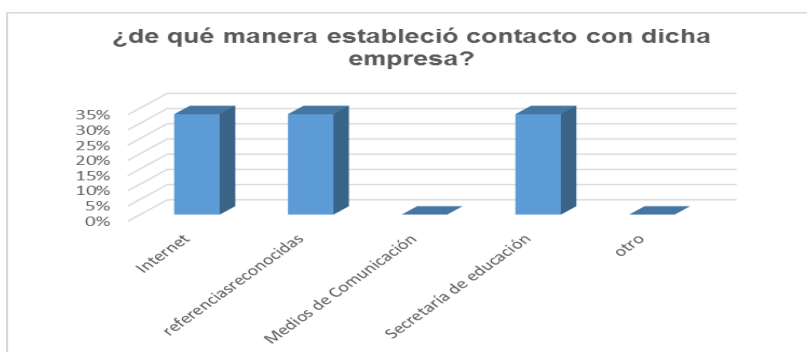
Gráfica 5. Servicios adicionales ofrecidos



Gráfica 6. Aspecto que llevan a buscar asesoría



Gráfica 7. Forma de contacto



Cuadro 5. Matriz Análisis de la oferta

Este cuadro recoge la información contenida en la matriz de análisis de la competencia (...Véase cuadro 4) y la tabulación realizada a partir de las encuestas aplicadas a Instituciones que han contratado servicios de asesoría para acciones específicas y particulares según la institución (...Véase gráficas de la 1 a la 7).

La matriz se elaboró teniendo en cuentas los elementos más relevantes para diseñar el portafolio de servicio. Ésta permite identificar los precios, segmento de mercado, actividades de mercado y tipo de profesional que la institución espera encontrar en una empresa que ofrece servicios de asesoría y consultoría. Un elemento clave de la matriz es el de propuesta de valor, especialmente en lo relacionado por los expertos de la Universidad de la Sabana, ya que permite identificar formas de innovación en un sector que cada vez se hace más competitivo.

Para la elaboración del cuadro se tuvieron en cuenta los datos proporcionados por los expertos seleccionados y los directivos docentes en general, sin diferenciar el sector privado y oficial, ya que se consideró que de esta manera se podría llegar a conclusiones más generales y con mayor aporte a la realización de los objetivos propuestos.

La lectura de la matriz se debe realizar relacionando los ítems que permiten evaluar, localizados en las filas (horizontal) con los grupos de personas encuestadas localizados en las columnas (vertical)

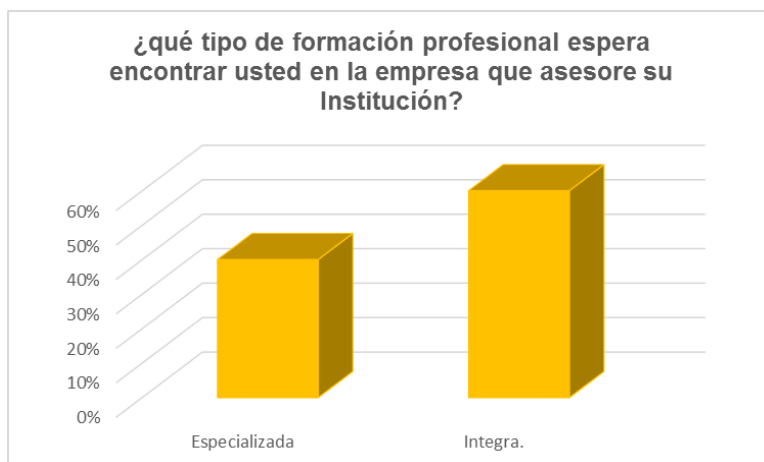
	Portafolio de servicios	Costos	Segmento del mercado	Actividades clave	Propuesta de valor	Tipo de profesional
Expertos	-Focalizar los servicios que ofrece según el segmento de mercado que quiere impactar. Especialización. Abierto a los cambios y a los	-Posibilidad de negocio sin mucha inversión -Tener presente el tiempo en la IE y aquel que se invierte fuera	-Educación formal. -Educación para el trabajo y el desarrollo humano -Educación superior	-Darse el tiempo para conocer lo que realmente pasa en las IE, en el día a día. -Conocimiento de la situación técnico pedagógica administrativa de	-Impactar las prácticas pedagógicas. -Compromiso con el seguimiento. -Aplicación de estándares de calidad	-Depende del tipo de asesoría que se ofrece. -Haber pasado por los diferentes niveles de la educación superior

	nuevos retos de la educación. -Adaptarse	para lograr el resultado -Tener presente el valor el seguimiento -Ofrecer paquetes de asesoría		la educación Reconocimiento de la ley general de educación (115 de 1994) como una ley que posibilita cambios en la educación	-Gestión -Desempeño profesional -Formación permanente -Innovación educativa	-Conocer las modalidades de la educación -Conocedor de proyectos transversales y evaluación institucional -Fortaleza en pedagogía y docencia -Especialista en elaboración de diagnósticos
Directivos Docentes	-Fortaleza en los aspectos pedagógicos -Asesoría jurídica para construcción de manual de convivencia -Incorporación de protocolos en los procesos institucionales -Actualización del PEI -Asesoría de acreditación	-No hay claridad entre el costo y el beneficio que ofrece una asesoría -Debe corresponder a la calidad del servicio. -Relacionado con el tiempo de intervención	-Educación oficial -Formación para el trabajo y el desarrollo humano	-Hacer seguimiento como empresa al acompañamiento que realizan los profesionales contratados. -Evidenciar el cumplimiento de las metas propuestas	-Ofrecer herramientas de seguimiento al proceso a los directivos	-Profesionales idóneos -Que realicen procedimientos técnicos claros

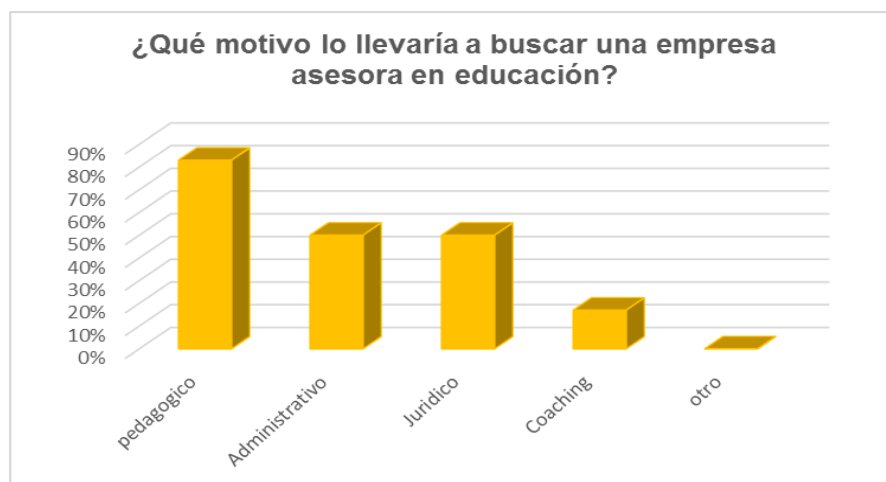
7.1.3 Análisis de la demanda. A continuación se presentan las gráficas resultado de las encuestas y entrevistas aplicadas a la población objetivo. Es importante aclarar que por motivos de organización y para aprovechar de una mejor manera la información suministrada, el análisis de las gráficas se recogerá en una matriz general, que permita al lector identificar los aportes para el portafolio de servicio que se logra alcanzar por medio de este proceso

7.1.3.1. Tabulación encuestas a Instituciones que no han contratado servicios de asesoría

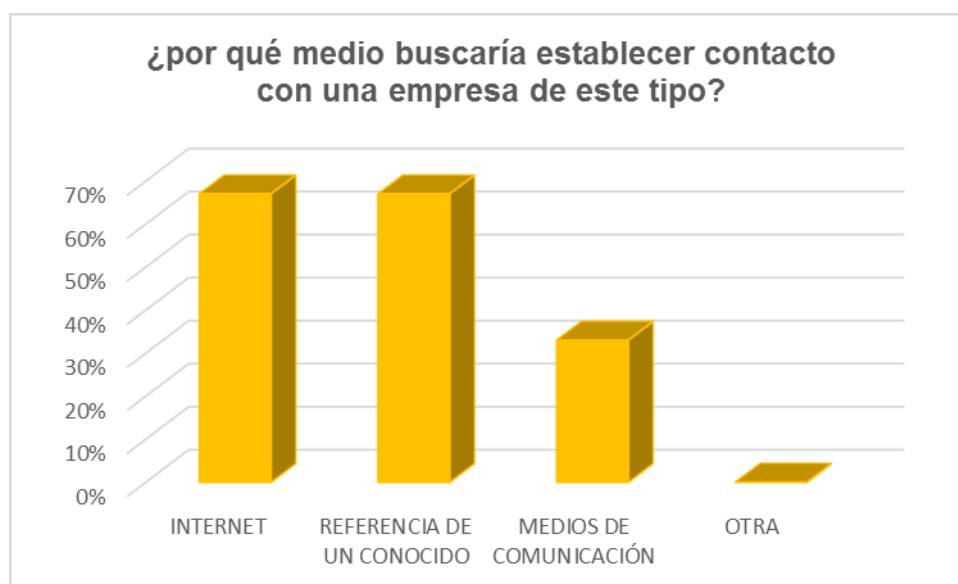
Gráfica 8. Tipo de profesional que se espera contratar



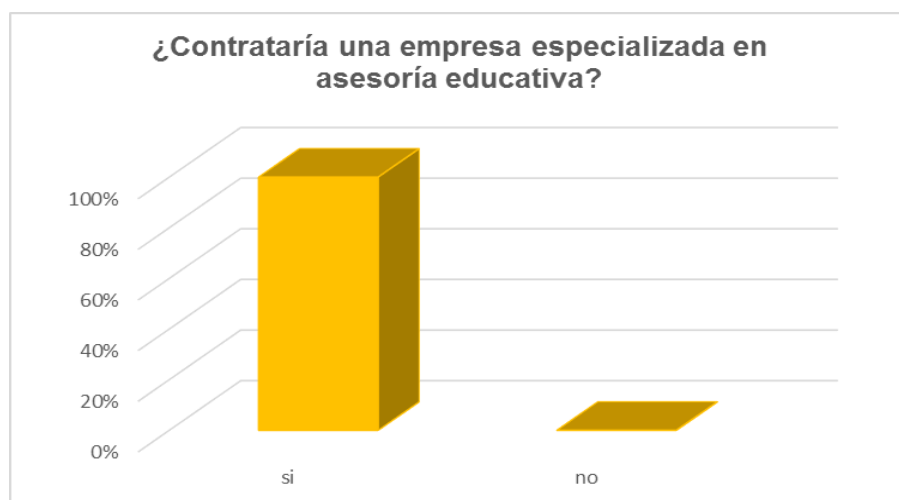
Gráfica 9. Motivos para contratar empresa de asesoría



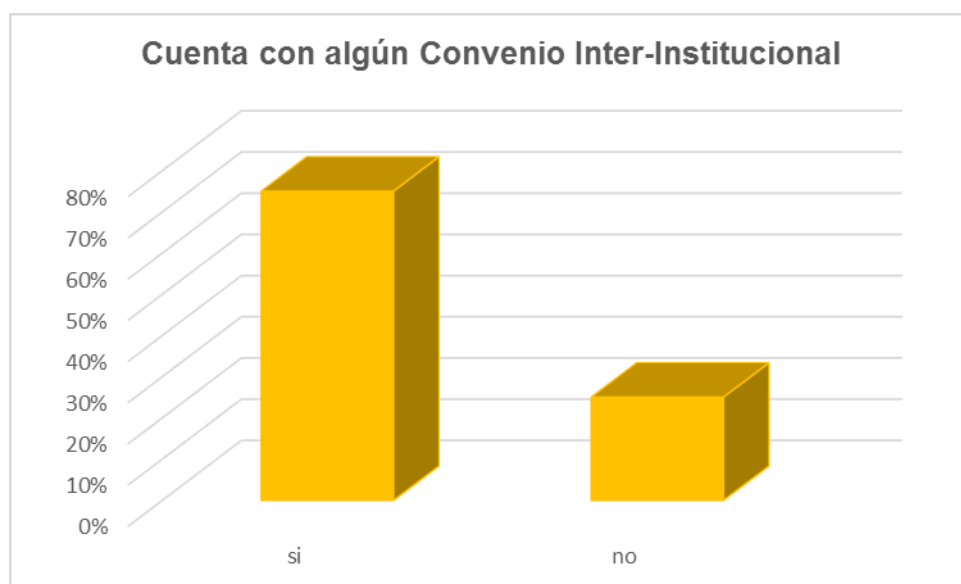
Gráfica 10. Medios para establecer contacto



Gráfica 11. Contrataría una empresa especializada en asesoría educativa



Gráfica 12. Convenios interinstitucionales



Cuadro 6. Matriz sobre análisis de demanda

Esta matriz recoge la información suministrada por los expertos de la Universidad de la Sabana (...Véase Anexo F), los estudiantes de especialización de la misma institución (...Véase Anexo E) y la que se tabuló en las gráficas que resumen lo aportado por las instituciones que no han contratado empresas de asesoría para mejorar los procesos internos (...Véase gráficas de la 7 a la 12).

Teniendo en cuenta lo anterior, se dividió la población en expertos, directivos instituciones privadas, directivos instituciones oficiales y los clientes potenciales. Con la información suministrada se elaboró la siguiente matriz de análisis, que permite identificar lo que busca la demanda, es decir, que buscarían en el futuro las instituciones educativas. Un aspecto clave que permite identificar el cuadro son los medios de búsqueda de dichas empresas y los obstáculos que presenta el sector para acceder a este tipo de servicio.

La lectura de la matriz se debe realizar relacionando los ítems que permiten evaluar, localizados en las filas (horizontal) con los grupos de personas encuestadas localizados en las columnas (vertical)

	Tipo de asesoría	Variación del costo	Formación profesional	Aspectos que necesitan asesoría	Tipo de institución	Medios de búsqueda	Obstáculos
Expertos	<ul style="list-style-type: none"> Depende de lo que se quiera impactar Cambia según el contexto institucional Orientar el diseño de estrategias dirigidas para el logro de los estándares en calidad educativa Monitoreo e implementación Acompañamiento en el logro de las metas Formación docente y directivos 	<ul style="list-style-type: none"> Depende de las necesidades 	<ul style="list-style-type: none"> Indicado en el cuadro 2. Matriz sobre análisis de la oferta 	<ul style="list-style-type: none"> La mirada externa aporta otro enfoque a las problemáticas Gestión educativa Evaluación institucional 	<ul style="list-style-type: none"> Educación básica Educación para el trabajo y desarrollo humano Educación superior 	<ul style="list-style-type: none"> Generalmente se hace por referenciación 	<ul style="list-style-type: none"> No hay tiempo para lo importante solo para lo urgente Los docentes no están preparados para asumir la complejidad de las situaciones de la IE. No hay cultura del trabajo en equipo No hay cultura de la autoevaluación y del seguimiento a los planes de mejoramiento
Directivos Docentes – Privados	<ul style="list-style-type: none"> Manejo del talento 	<ul style="list-style-type: none"> Variedad de servicios que se 	<ul style="list-style-type: none"> Integral: La variedad 	<ul style="list-style-type: none"> Pedagógico Administrativo 	<ul style="list-style-type: none"> Educación básica Educación para el 	<ul style="list-style-type: none"> Referencia de conocidos 	<ul style="list-style-type: none"> Disposición de los directivos encargados

o	<p>humano</p> <ul style="list-style-type: none"> • Soluciones a las problemáticas objetivamente • Mejorar la calidad laboral y académica • Preparación laboral de los estudiantes 	<p>ofrecen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Acompañamiento permanente • La afectación del acompañamiento en los procesos reales de la Institución 	<p>de problemáticas implica el conocimiento global de la institución</p> <ul style="list-style-type: none"> • Especializado: Ante una auditoria o en el proceso de certificación se necesita especialidad y manejo completo de cada tema 	o	<p>trabajo y desarrollo humano</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Internet • Grupo de profesionales que trabajan en la institución • Junta directiva • Oficinas centrales • Otros directivos 	<ul style="list-style-type: none"> • Rubros destinados
Directivos-Docentes-Oficiales	<ul style="list-style-type: none"> • Actualización del PEI • Jurídica, ley 1620 y el decreto que la reclama • Actualización del manual de 	<ul style="list-style-type: none"> • Teniendo en cuenta la diversidad de oferta que tenga la empresa 	<ul style="list-style-type: none"> • Especializada • Se hace énfasis en la parte jurídica 	<ul style="list-style-type: none"> • Convivencial • Normatividad • Aplicación de la ley a los procesos 	<ul style="list-style-type: none"> • Básica 	<ul style="list-style-type: none"> • Referencia de conocidos • DILE • SED • ADE (cuando los aspectos son sindicales) 	<ul style="list-style-type: none"> • Desconocimiento • No se reconocen empresas en el sector • Presupuesto • Disponibilidad de las empresas

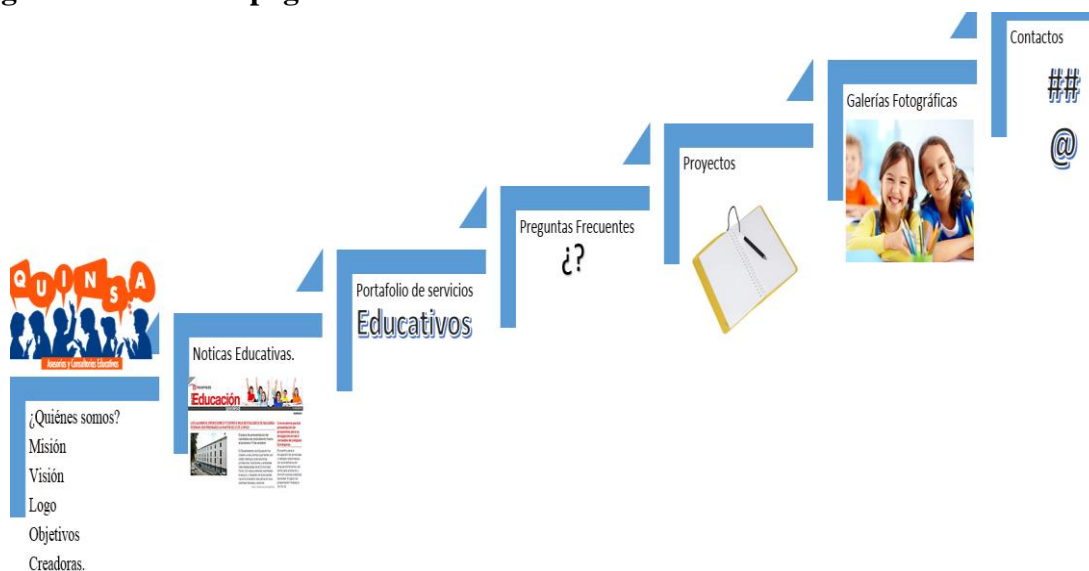
	convivencia						
Client e Potencial	<ul style="list-style-type: none"> • Orientación sobre creación de instituciones educativas. • Elaboración de documentos para constitución de institución y otro tipo de documentos • Elaboración del estudio de factibilidad • Información sobre planta física, tanto para crecer como para iniciar • Guía práctica sobre legislación de Instituciones 	<ul style="list-style-type: none"> • Centralidad de la información • Manejo completo de procesos • Implementación del proceso • Garantía del resultado • Tipo de profesional que acompaña • Relación entre el tiempo y la efectividad • Agilidad en el proceso y buen manejo del mismo 	<ul style="list-style-type: none"> • Abogado • Profesional conocedor de la normatividad en cuanto a formación de Instituciones educativas, legislación municipal y la vigencia de las normas • Conocedor de procesos de acreditación • Experto en el tema que asesora • Conocedor de la parte administr 	<ul style="list-style-type: none"> • Jurídico • Administrativo • Acreditación • Pedagógico 	<ul style="list-style-type: none"> • Jardín infantil • Educación para el trabajo y el desarrollo humano • Educación Básica • Énfasis de la educación media 	<ul style="list-style-type: none"> • Internet • Dependencias gubernamentales encargadas del tema 	<ul style="list-style-type: none"> • La búsqueda no arroja la información que realmente se requiere • Los procesos son muy largos • Mucha inseguridad en los procesos • La información no es clara

	Educativas <ul style="list-style-type: none"> • Acreditación 		ativa de las Instituciones Educativas <ul style="list-style-type: none"> • Profesional en educación 				
--	---	--	--	--	--	--	--

7.2 FACTIBILIDAD TÉCNICA

7.2.1 Modo de operación. La empresa va a operar mediante un cubículo alquilado y mediante una página web, la cual se compone de 7 categorías fundamentales y sobre ellas estarán las subcategorías de información.

Imagen 1: Estructura página web



Para realizar la operación no se hace necesario un espacio físico amplio, ya que la idea es no recepcionar a los clientes en este espacio, sino por el contrario procurar por un servicio personalizado, que como estrategia de fidelización busca el contacto constante con el cliente en su lugar de trabajo; esto permite, no solo evitarle gastos de desplazamiento al contratante, sino conocer de primera mano las condiciones reales de la institución a asesorar, identificando clima laboral, vivencia de la misión y en general la cotidianidad de la institución.

Para ello, se propone la siguiente estructura de operación:

Cuadro 7: Estructura de operación

Profesional	Operación
	<ul style="list-style-type: none"> • Ofrece el portafolio de servicios de manera personalizada • Elabora la propuesta de servicio • Establece tipo de asesoría, tipo de profesional y precio

Coordinador	<ul style="list-style-type: none"> • Terceriza el servicio y establece el contacto con el asesor, con el fin de no perder la identidad de la empresa. • Determina que proceso se puede hacer como empresa • Hacer el seguimiento del proceso • Presenta los resultados en compañía del asesor • Mantiene el vínculo con el cliente
Asesor/consultor	<ul style="list-style-type: none"> • Presta el servicio con apoyo del coordinador • Elabora los instrumentos, informes y documentos necesarios • Evalúa el resultado • Establece una propuesta de seguimiento
Auxiliar	<ul style="list-style-type: none"> • Está en contacto con el cliente, para solicitud puntual de información • Organiza la agenda del coordinador con respecto al cliente y del asesor destinado • Alimenta la página web • Recepciona las inquietudes del cliente y las dirige hacia el profesional necesario • Desarrolla procesos puntuales dentro de la asesoría, según indicaciones del asesor • Mantiene contacto con el cliente, para mantener una óptima cadena de servicio

7.2.2 Relaciones Públicas. Las relaciones públicas son la herramienta humana más poderosa para dar a conocer una nueva empresa y mostrarle al cliente los valores, conocimientos, desarrollo de la misma y de su equipo de trabajo, por tal razón se tiene planeado realizar:

- Visitas a los directivos de colegios que pueden ser posibles clientes.

- Inauguración de la empresa en la cual se invitará a los compañeros de la especialización en Gerencia Educativa con el fin de que ellos conozcan a fondo nuestro proyecto y les interese adquirir nuestros servicios o nos puedan referenciar.
- Asistir a las reuniones, seminarios, capacitaciones, etc. Que brinde la Secretaria de Educación de los Municipios aledaños a Bogotá así mismo como la Secretaria de Educación Distrital, con el fin de realizar alianzas estratégicas y buscar nuevos clientes.
- Asistir a los desayunos que realiza la empresa G21 la cual se encarga de dar a conocer nuevos empresarios y generar alianzas estratégicas entre ellos sin que sean competidores directos.

7.2.3 Publicidad. La publicidad es una herramienta de comunicación estratégica que permite persuadir, llamar la atención de las personas, para que ellas o ellos se interesen por averiguar sobre el servicio ofrecido, para el desarrollo del manejo publicitario se tiene en listado lo siguiente:

- Publicidad en el Periódicos locales
- Publicidad en emisoras en espacios que se hable de temas educativos.
- Manejo de Facebook y twitter, solo como medio publicitario no será de comunicación directa con los clientes.

7.2.4 Elemento Técnicos-tecnológicos. Tal como se estipula en la factibilidad financiera los insumos técnicos y tecnológicos son mínimos para el funcionamiento de la empresa, los instrumentos tecnológicos a utilizar son:

- Computador
- Teléfono
- Internet.

7.2.5 Cartas descriptivas

7.2.5.1 Coordinador

DESCRIPCIÓN Y ESPECIFICACIÓN DE CARGO.

• IDENTIFICACIÓN.

Nombre del cargo	Coordinador de proyectos.
Proceso al que pertenece	
Reporta a: (cargo)	Gerencia
Personal a cargo: (cargos)	
Propósito del cargo	<ul style="list-style-type: none"> • Atraer mayores clientes para la empresa • Dar a conocer la misión y visión de la empresa • Cerrar contrataciones de asesorías.

• REQUISITOS GENERALES.

Educación requerida	<p>Título de licenciado o en áreas relacionadas en educación.</p> <p>Título de comunicador social con énfasis comprobado en educación.</p> <p>Excelente dominio del inglés. Nivel B1. Certificado</p>
Formación y/o estudios complementarios	<p>Especialización e curso o finalizada en el sector educativo.</p> <p>Gusto por las Relaciones Públicas.</p>
Experiencia	<p>De 1 a 2 años en el sector educativo</p> <p>De 1 a 2 años en el sector empresarial.</p>
Equivalencia	

• REQUERIMIENTOS DE CAPACIDAD Y HABILIDADES.

SER	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Manejo Asertivo en la comunicación ✓ Trabajo en equipo. ✓ Organización. ✓ Buena presentación personal. ✓ Responsabilidad ✓ Honestidad
-----	--

SABER	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Conocimiento de las variables de servicio. ✓ Conocimiento de office ✓ Conocimiento de las problemáticas del sector educativo. ✓ Habilidad de comunicación verbal y escrita.
-------	--

HACER	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Conseguir nuevos clientes para la empresa. ✓ Potenciar las relaciones públicas de la empresa ✓ Actualizar la base de datos de la empresa ✓ Posicionar la imagen de la empresa frente a los clientes y frente a la competencia.
-------	---

• FUNCIONES.

1	Visitar a las Instituciones educativas
2	Ampliar la base de datos de posibles clientes
3	Llenar formato de actividades diarias
4	Planeación de la agenda de trabajo
5	Identificar las principales necesidades de los posibles clientes.

• RESPONSABILIDADES.

Toma de decisiones	Para encontrar los clientes de la empresa
Direccionamiento	Planes de trabajo estratégicos.
Coordinación	Agenda de trabajo
Salidas pedagógicas	Preparar su movilidad interna para cumplimiento de las citas de las asesorías.
Información Confidencial	Toda la información que maneje base de datos de clientes, empresas, etc, solo debe ser usada dentro de los horarios de trabajo para fines de la empresa de consultoría y asesorías educativas, no podrá hacer uso de estos listados en otros momentos del día que no sean laborales ni mucho menos si es el caso cuando se retire de la empresa.

• TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN.

	Indispensable	Necesario	No necesario
Office	X		
Redes sociales	X		
Manejo de páginas web	X		
Manejo de cámara digital	X		

7.2.5.2 Asesor/consultor

DESCRIPCIÓN Y ESPECIFICACIÓN DE CARGO.

• IDENTIFICACIÓN.

Nombre del cargo	Asesor y/o consultor educativo
Proceso al que pertenece	
Reporta a: (cargo)	Socias de la empresa.
Personal a cargo: (cargos)	1
Propósito del cargo	<ul style="list-style-type: none"> • Asesorar a los clientes en temas Administrativos, legales, pedagógicos. • Realizar los planes de mejoramiento cuando estos sean necesarios. • Hacer seguimiento al cliente o clientes a cargo. • Velar por el excelente desarrollo del proyecto trabajado.

• REQUISITOS GENERALES.

Educación requerida	Profesional en carreras administrativas, derecho-legislación, con maestría en educación. Licenciados con maestría.
Formación y/o estudios complementarios	Diplomados en didácticas pedagógicas. Conocimiento de NORMAS APA ICONTEC. Especialización en áreas educativas, jurídicas, administrativas.
Experiencia	De 3 a 5 años.
Equivalencia	Experiencia en el sector educativo Colegios. Experiencia en desarrollo, ejecución y planeación de proyectos educativos. Excelente dominio de grupos de trabajo.

	Excelente dominio del inglés. Nivel B1. Certificado Comunicación fluida tanto verbal como escrita. Conocimiento de las últimas noticias educativas tanto a nivel jurídico, administrativo y de pedagogía.
--	--

• REQUERIMIENTOS DE CAPACIDAD Y HABILIDADES.

SER	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Manejo Asertivo en la comunicación ✓ Trabajo en equipo. ✓ Organización. ✓ Buena presentación personal. ✓ Responsabilidad ✓ Honestidad ✓ Líder ✓ Estratega.
-----	---

SABER	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Conocimiento de didácticas pedagógicas ✓ Conocimiento de ISSO 9001. ✓ Habilidad para comunicarse verbal y corporalmente. ✓ Conocimiento de los parámetros del Día E. ✓ Conocimiento de las problemáticas en las Instituciones Educativas.
-------	---

HACER	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Realizar según últimos parámetros educativos estipulados las guías de seguimiento para las Instituciones educativas. ✓ Desarrollar proyectos educativos de alto impacto en las Instituciones Educativas. ✓ Analizar las problemáticas de los clientes para desarrollar las estrategias adecuadas. ✓ Implementar formatos de recolección de información de los clientes. ✓ Diseñar las estrategias de la metodología que se ajuste al cliente, para trabajar desde el ámbito de su PEI, y no generar discordias en la manera de trabajo interno.
-------	---

• FUNCIONES.

1	Cumplir con las asesorías pactadas en las Instituciones Educativas.
2	Llevar a cabo un plan de trabajo.
3	Asistir a las reuniones puntualmente.
4	Entregar informes de cada asesoría realizada con lo que se desarrolló en la sesión.
5	Pactar las estrategias y los lineamientos con el cliente y así mismo compartirlas en gerencia.
6	Argumentar los pro y contra de las decisiones que ha tomado con el cliente.
7	Desarrollar las diferentes labores dentro de los tiempos estipulados
8	Planear las asesorías y estipular los recursos que se necesitan para dicho desarrollo
9	Guiar correctamente al auxiliar de consultor, para que realice las funciones debidamente.

10	Enseñar al auxiliar los parámetros bajo los que se trabaja para dar cumplimiento positivo a los proyectos.
11	Implementar y desarrollar si es el caso, las herramientas administrativas, pedagógicas o jurídicas que el cliente necesite.
12	Evidenciar que lo realizado funciona positivamente en la Institución Educativa.
13	Brindar retroalimentación vía mail de las actividades que desarrollará con el cliente.
14	Realizar cronograma de trabajo individual y con los futuros clientes.

• RESPONSABILIDADES.

Toma de decisiones	El asesor o consultor está en libertad de tomar las decisiones pertinentes a la asesoría y consultoría con la Institución educativa, pero siempre deberá argumentar sus puntos de vista basados en evidencias, conocimiento para aclarar porque se tomó la decisión.
Direccionamiento	Trabajo con docentes y directivos para implementar las estrategias necesarias en la asesoría.
Coordinación	Dirigir, coordinar, diseñar, las estrategias, planes de trabajo, a realizar en cada una de las asesorías.
Salidas	Preparar su movilidad interna para cumplimiento de las citas de las asesorías.
Información Confidencial	Toda la información que maneje base de datos de clientes, empresas, etc, solo debe ser usada dentro de los horarios de trabajo para fines de la empresa de consultoría y asesorías educativas, no podrá hacer uso de estos listados en otros momentos del día que no sean laborales ni mucho menos si es el caso cuando se retire de la empresa.

• TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN.

	Indispensable	Necesario	No necesario
Office avanzado	X		
Ingles b1	X		
Manejo de plataformas virtuales	X		
Manejo de redes sociales	X		
Manejo de un programa para realizar presentaciones llamativas	X		
Manejo de normas APA Y/O ICONTEC	X		
Manejo de cámara fotográfica semi-profesional		x	
Manejo de grabadora de voz		x	

7.2.5.3 Coach

DESCRIPCIÓN Y ESPECIFICACIÓN DE CARGO.

• IDENTIFICACIÓN.

Nombre del cargo	Coach
Proceso al que pertenece	
Reporta a: (cargo)	Gerencia
Personal a cargo: (cargos)	
Propósito del cargo	<ul style="list-style-type: none"> • Identificar las metas del grupo o del individuo • Ayudarlo para que encuentre las opciones • Acompañarlo para que cumpla la meta.

• REQUISITOS GENERALES.

Educación requerida	Título de comunicador social, administrador, licenciado Certificado como Coach. Excelente dominio del inglés. Nivel B1. Certificado
Formación y/o estudios complementarios	<ul style="list-style-type: none"> • Progranación neurolingüística • Habilidades gerenciales • Estrategia organizacional
Experiencia	De 1 año en el sector educativo Más de un Año como Coach.
Equivalencia	

• REQUERIMIENTOS DE CAPACIDAD Y HABILIDADES.

SER	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Manejo Asertivo en la comunicación ✓ Trabajo en equipo. ✓ Organización. ✓ Buena presentación personal. ✓ Responsabilidad ✓ Honestidad
SABER	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Capacidad de escucha. ✓ Capacidad de entender al otro aunque no compartamos sus puntos de vista. ✓ Capacidad de no juzgar los puntos de vista ✓ Habilidad de comunicación verbal y escrita.

HACER	✓ Proceso de coaching grupal e individual, siempre que estos sean temas laborales.
-------	--

• FUNCIONES.

1	Disponibilidad de los horarios de coaching estipulados por la empresa
2	Diligenciar formatos de gestión.
3	Llenar formato de actividades diarias como sustento de la sesión realizada.
4	Cumplir con el agendamiento de citas.

• RESPONSABILIDADES.

Toma de decisiones	En el proceso del coaching
Direccionamiento	Llevar a que el coachee llegue a sus propias opciones y alternativas para lograr la meta.
Coordinación	Agenda de trabajo
Salidas pedagógicas	Preparar su movilidad interna para cumplimiento de las citas de las asesorías.
Información Confidencial	Toda la información que maneje base de datos de clientes, empresas, etc, solo debe ser usada dentro de los horarios de trabajo para fines de la empresa de consultoría y asesorías educativas, no podrá hacer uso de estos listados en otros momentos del día que no sean laborales ni mucho menos si es el caso cuando se retire de la empresa.

• TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN.

	Indispensable	Necesario	No necesario
Office	X		
Redes sociales	X		
Manejo de páginas web	X		
Manejo de cámara digital	X		

7.2.5.4 Auxiliar administrativo

DESCRIPCIÓN Y ESPECIFICACIÓN DE CARGO.

• IDENTIFICACIÓN.

Nombre del cargo	Auxiliar Administrativo
Proceso al que pertenece	
Reporta a: (cargo)	Socias de la empresa.
Personal a cargo: (cargos)	Ninguno.
Propósito del cargo	<ul style="list-style-type: none"> • Atender las llamadas de la oficina, siempre brindando información clara y precisa. • Retroalimentar la página web de la empresa: Noticias del sector educativo, cambios, información importante, servicios, etc. • Programar según agenda los espacios de asesorías. • Organizar documentos de la empresa, archivador, etc.

• REQUISITOS GENERALES.

Educación requerida	Técnico en Auxiliar administrativo. Técnico en Secretariado. Técnico en Gestión humana.
Formación y/o estudios complementarios	Más que estudios gusto y conocimiento básico de las redes sociales, páginas web.
Experiencia	6 meses como secretaria, atención al cliente.
Equivalencia	NO APLICA.

• REQUERIMIENTOS DE CAPACIDAD Y HABILIDADES.

SER	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Manejo Asertivo en la comunicación ✓ Trabajo en equipo. ✓ Organización. ✓ Buena presentación personal. ✓ Responsabilidad ✓ Honestidad
-----	--

SABER	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Conocimiento de Microsoft. Especialmente Excel, pt, word ✓ Habilidad para comunicarse verbal y corporalmente. ✓ Manejo de páginas web y redes sociales.
-------	---

HACER	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Organizar los documentos de la empresa. ✓ Planear la agenda de las consultorías y asesorías según disponibilidad. ✓ Nutrir diariamente de información la página de la empresa. ✓ Capacidad para responder de manera eficiente a las inquietudes de los clientes. ✓ Capacidad de desarrollar nuevas ideas sobre su puesto de trabajo, siempre con aprobación gerencial
-------	---

• FUNCIONES.

1	Cumplir con el horario de oficina de 7:00 am a 4:00pm
2	Agendar las asesorías y consultorías.
3	Organizar la documentación de la empresa.
4	Organizar la documentación de los clientes.
5	Estar pendiente de las fechas de pago como: arriendo, sueldos, etc.
6	Contestar las llamadas telefónicas.
7	Enviar correos cuando se requiera y contestar los mail de los clientes en el menor tiempo posible.
8	Asistir puntualmente a las reuniones semanales para realizar feedback de la semana y nuevo plan de trabajo viernes a partir de las 4:00pm

• RESPONSABILIDADES.

Toma de decisiones	Puede tomar las decisiones sobre temas logísticos, que no impacten la imagen de la empresa, es decir, cancelación de consultas, horarios de consultas, reuniones importantes.
Direccionamiento	Trabajo directamente en oficina.
Coordinación	NO APLICA.
Salidas pedagógicas	NO APLICA.
Información Confidencial	Toda la información que maneje base de datos de clientes, empresas, etc, solo debe ser usada dentro de los horarios de trabajo para fines de la empresa de consultoría y asesorías educativas, no podrá hacer uso de estos listados en otros momentos del día que no sean laborales ni mucho menos si es el caso cuando se retire de la empresa.

- **TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN.**

	Indispensable	Necesario	No necesario
Word	X		
Excel	X		
Power point	X		
Correo electrónico	X		
Redes sociales	X		
Internet	X	X	
Suite adobe		X	
Manejo de páginas web		x	

7.3 FACTIBILIDAD FINANCIERA

7.3.1 Supuestos generales

- El capital inicial es dado por los socios de dos maneras: equipos de cómputo y aportes en efectivo para cubrir los gastos de arranque y gastos operativos por seis meses; y el capital intelectual para la creación y puesta en marcha de la empresa; por lo tanto, en el primer año y medio no recibirán remuneración por este concepto.
- En los dos primeros años la mayoría de asesorías y consultorías deben tercerizarse, por lo que para no poner en riesgo el modelo de negocio es necesario capacitar a los profesionales que van a acompañar los procesos dentro de la lógica de la empresa, lo que debe contemplarse entre los gastos operacionales.
- Para el segundo año de funcionamiento una de las socias debe certificarse como coach, esta capacitación debe verse reflejada en los gastos de personal o en gastos de capacitación.

- Para el tercer año una de las socias debe terminar el proceso de formación en posgrado-maestría, lo que permitirá tercerizar solo un 50% de las asesorías y consultorías
- En el primer año se espera iniciar un proceso de manejo de las relaciones públicas con personas del sector, ya sea a través de la labor realizada por las socias o por medio de un relacionista público que se encuentre en el medio, caso en el que se debe contemplar la comisión.
- Para el funcionamiento inicial de la empresa se arrendará un cubículo empresarial lo que reducirá los gastos en servicios y arrendamiento.
- Desde el primer año se iniciará trabajo en la elaboración de la página web, incluyendo el servicio de asesoría en línea.
- El porcentaje de ganancia en los negocios en que sea necesario tercerizar variaran entre el 10% y el 20%, dependiendo de la especialización del servicio y del acompañamiento que la empresa pueda hacer con los profesionales que cuenta.
- La empresa financiará la capacitación de las socias sacrificando su utilidad en los 3 primeros años. Para ello, el profesional beneficiado deberá condonar su deuda con la empresa durante los años equivalentes a la capacitación o retribuir el monto del dinero

con una tasa de interés de 500 puntos básicos (5%) por la máxima tasa de interés permitida en Colombia.

- En un escenario optimista se aspira a tener una licitación, ingreso que no es incluido en la proyección financiera, ya que esto depende de los parámetros establecidos por la Institución del Estado que realice el llamado de oferta
- Las utilidades se reportar a partir del tercer año.

7.3.2 Supuestos financieros

Cuadro 8. Precio por servicios

Servicio	Características	Valor
Coaching individual	Por sesión de 2 horas	\$350.000
Coaching grupal	-Grupos máximo de 10 personas. -Dentro de la empresa contratante -Dos días -Cada día de 6 horas	\$11.000.000
Coaching grupal fuera de la ciudad	- Grupos máximo de 10 personas. -Dos noches 3 días -Incluye alimentación -Incluye transporte	\$30.000.000
Hora de trabajo presencial	-Asesorías especializadas -Encuentro con responsables dentro de la Institución -Presentación de informes -Consulta de información interna -Diálogo de saberes	\$190.000

	-Implementación	
Hora de trabajo no presencial	-Consulta de información -Elaboración de informes -Asesoría telefónica o en línea -Organización, triangulación y sistematización	\$150.000
Elaboración de material pedagógico	-Incluyendo contextualización de la institución -Reuniones periódicas con las directivas -Correcciones por edición o ajuste metodológico	\$50.000 hora. Aproximadamente \$5.000.000 mensuales, en los que se inviertes 4 a 5 horas de trabajo diario
Talleres	-En la institución contratante -Incluyendo material y profesionales en el tema -No incluye refrigerios	De \$800.000 a \$950.000 sesión de cuatro horas
Membresía	-Acceso ilimitado a la página de asesoría en línea -Seguimiento a procesos diseñados y aplicados dentro de la institución -3 Visitas al mes para reunión de trabajo con directivos sobre temas específicos con profesionales calificados. -1 taller a docentes sobre temas pertinentes sobre problemáticas específicas (2 horas) -1 taller a padres teniendo en cuenta un plan de trabajo acordado con la institución (2 horas) -Encuentros mensuales con estudiantes para abordar temas direccionados por la	\$2.000.000 mensual. Descuento de 10% si se paga por anticipado un semestre, lo que equivale a \$1.800.000 el mes.

	institución (2 horas por curso, máximo 3 cursos por día)	
Acompañamiento	-Finalizado el servicio de asesoría (3 meses posterior a la finalización del contrato) -1 Visita personalizada para evaluar el proceso realizado -Ingreso al asesor en línea -2 encuentros anteriores a la toma del servicio	Gratuito

Cuadro 9. Mecanismo de fijación de precios

Que permiten determinar cuantitativamente los ingresos generados para la empresa

	Fijos	Dinámicos
Lista de precios fijos	Servicio de valor individual en asesorías puntuales y especializadas	
Negociación		-Por mayor contratación de servicios -Por número de personal en sesiones grupales -Por menor especialidad en la asesoría contratada -Por mayor número de horas invertidas
Según características del producto	-Cuando el profesional tercerizado tenga un precio definido de tarifa	
Gestión de la rentabilidad		En épocas de vacaciones y recesos estudiantiles
Según segmento de mercado	Dependiendo de las características y tipo de cliente. Se fijan rangos según nivel socio	

	económico que atiende la institución.	
Mercado en tiempo real		Establecido según la variable de demanda
Según el volumen	Teniendo en cuenta paquetes previos. Cantidad adquirida	
Subasta		Determinado por el precio de la licitación (entidades oficiales)

7.3.3 Supuestos de crecimiento. Todos los precios crecen de acuerdo a la proyección de IPC (Índice de precios al Consumidor). Los supuestos de crecimiento por cada servicio se muestran a continuación:

	2016	2017	2018	2019
Ipc	3,10%	2,90%	3,10%	3,00%

	2016	2017	2018	2019
<u>Servicio</u>	2	3	4	5
coaching empresarial individual	14%	30%	20%	12%
coaching empresarial grupal	100%	100%	25%	25%
Coaching empresarial grupal salida	0%	100%	0	100%
Hora de trabajo no presencial	25%	50%	75%	12%
hora de trabajo presencial	25%	50%	75%	12%
Hora capacitación grupal	100%	100%	10%	10%
hora de elaboración material pedagogico	0%	0%	0%	0%
Membresía		25%	25%	25%

7.3.4 Estado de pérdidas y ganancias

Capital inicial	
Equipo de computo	3.000.000,00
Licencias y software	500.000,00
Página Web	1.000.000,00
TOTAL	4.500.000,00
publicidad	1.500.000,00
arriendo	1.800.000,00
papelería	300.000,00
gastos de movilidad	600.000,00
aseo y cafetería	300.000,00
Gastos de representación	3.000.000,00
Aportes en efectivo para inicio de operaciones	7.500.000,00
TOTAL	12.000.000,00
capital intelectual	90.000.000,00

OPERACIONAL	2015	2016	2017	2018	2019	2016	2017	2018	2019	
INGRESOS	1	2	3	4	5	2	3	4	5	
coaching empresarial individual	\$ 10.000.000	\$ 11.710.000	\$ 15.562.590	\$ 19.157.548	\$ 22.031.181	14%	30%	20%	12%	
coaching empresarial grupal	\$ 11.000.000	\$ 22.341.000	\$ 45.329.889	\$ 58.067.588	\$ 74.326.512	100%	100%	25%	25%	
Coaching empresarial grupal salida	0	\$ 30.000.000	\$ 60.870.000	\$ 62.756.970	\$ 127.396.649	0%	100%	0	100%	
Hora de trabajo no presencial	\$ 52.500.000	\$ 67.252.500	\$ 102.829.073	\$ 183.138.578	\$ 210.609.365	25%	50%	75%	12%	
hora de trabajo presencial	\$ 47.500.000	\$ 60.847.500	\$ 93.035.828	\$ 165.696.809	\$ 190.551.330	25%	50%	75%	12%	195000
Hora capacitación grupal	\$ 1.750.000	\$ 3.554.250	\$ 7.211.573	\$ 8.156.289	\$ 9.216.607	100%	100%	10%	10%	
hora de elaboración material pedagógico	\$ -	\$ -	\$ 20.000.000	\$ 20.620.000	\$ 21.238.600	0%	0%	0%	0%	
Membresía	\$ 38.000.000	\$ 39.178.000	\$ 50.108.662	\$ 64.189.196	\$ 82.162.171		25%	25%	25%	
TOTAL INGRESOS	\$ 160.750.000	\$ 234.883.250	\$ 394.947.614	\$ 581.782.978	\$ 737.532.415	2015	2016	2017	2018	2019

COSTOS						2015	2016	2017	2018	2019	2015	2016	2017	2018	2019
coaching empresarial individual	\$ 7.000.000	\$ 8.197.000	\$ 5.446.907	\$ 6.705.142	\$ 7.710.913	Tercerizado	Tercerizado	50% tercerizado	50% tercerizado	50% tercerizado	30%	30%	65%	65%	65%
coaching empresarial grupal	\$ 7.700.000	\$ 15.638.700	\$ 31.730.922	\$ 20.323.656	\$ 26.014.279	Tercerizado	Tercerizado	Tercerizado	50% tercerizado	50% tercerizado	30%	30%	30%	65%	65%
Coaching empresarial grupal salida		\$ 25.500.000	\$ 51.739.500	\$ 53.343.425	\$ 95.547.487	Tercerizado	Tercerizado	Tercerizado	Tercerizado	50% tercerizado		15%	15%	15%	25%
Hora de trabajo no presencial	\$ 36.750.000	\$ 47.076.750	\$ 71.980.351	\$ 128.197.005	\$ 147.426.555	Tercerizado	Tercerizado	Tercerizado	Tercerizado	Tercerizado	30%	30%	30%	30%	30%
hora de trabajo presencial	\$ 33.250.000	\$ 42.593.250	\$ 65.125.079	\$ 57.993.883	\$ 66.692.966	Tercerizado	Tercerizado	Tercerizado	50% tercerizado	50% tercerizado	30%	30%	30%	65%	65%
Hora capacitación grupal	\$ 490.000	\$ 995.190	\$ 2.019.241	\$ 2.283.761	\$ 2.580.650	40% Tercerizado	40% Tercerizado	40% Tercerizado	40% Tercerizado	40% Tercerizado	72%	72%	72%	72%	72%
hora de elaboración material pedagógico			\$ 10.000.000	\$ 10.310.000	\$ 10.619.300			Comisión 50%	Comisión 50%	Comisión 50%			50%	50%	50%
Membresía:															
Actualización de contenidos Página Web	\$ 380.000	\$ 391.780	\$ 501.087	\$ 641.892	\$ 821.622										
Material talleres	\$ 760.000	\$ 783.560	\$ 1.002.173	\$ 1.283.784	\$ 1.643.243										
TOTAL COSTOS	\$ 86.330.000	\$ 141.176.230	\$ 239.545.259	\$ 281.082.547	\$ 359.057.015										
Utilidad bruta	\$ 74.420.000	\$ 93.707.020	\$ 155.402.355	\$ 300.700.432	\$ 378.475.399										

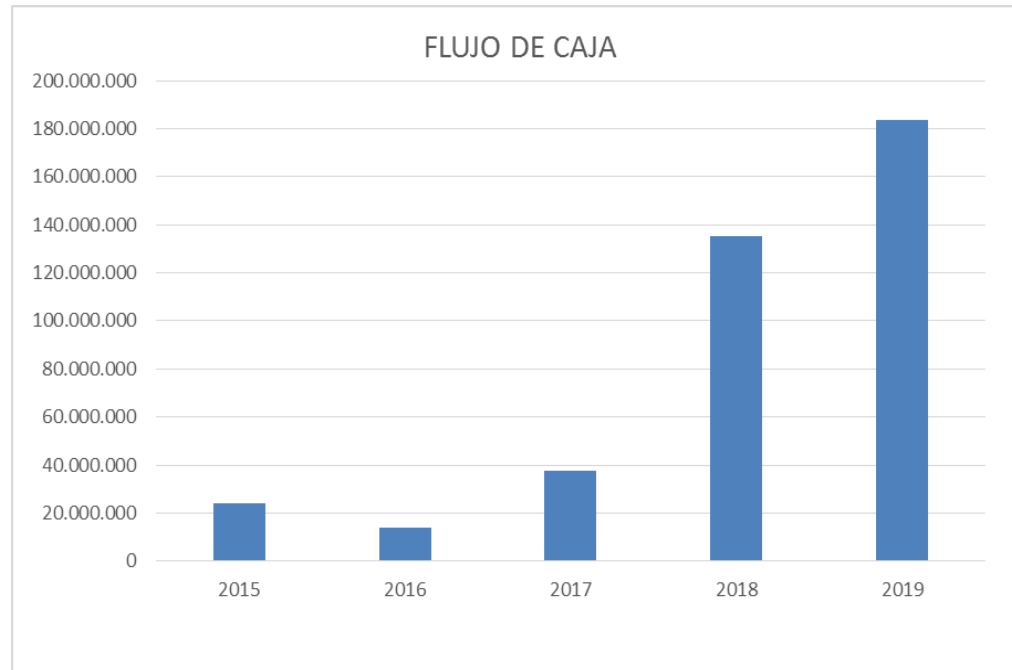
GASTOS	2015	2016	2017	2018	2019
De Personal	\$ -	\$ 36.000.000	\$ 74.088.000	\$ 76.384.728	\$ 78.676.270
Becas	\$ 21.000.000	\$ 21.000.000	\$ 7.000.000	\$ -	\$ -
Impuestos	\$ 1.607.500	\$ 2.348.833	\$ 3.949.476	\$ 5.817.830	\$ 7.375.324
Publicidad	\$ 3.000.000	\$ 500.000	\$ 514.500	\$ 530.450	\$ 546.363
ARRIENDO CUBICULO CON SERVICIOS.	\$ 3.600.000	\$ 3.711.600	\$ 3.819.236	\$ 3.937.633	\$ 4.055.762
gastos de movilidad	1.200.000,00	\$ 1.237.200	\$ 1.273.079	\$ 1.312.544	\$ 1.351.921
aseo y cafetería	600.000,00	\$ 618.600	\$ 636.539	\$ 656.272	\$ 675.960
Gastos de representación	6.000.000,00	\$ 6.186.000	\$ 6.365.394	\$ 6.562.721	\$ 6.759.603
Provisiones mensuales.	\$ 840.000	\$ 840.000	\$ 840.000	\$ 840.000	\$ 840.000
TOTAL GASTOS	\$ 37.847.500	\$ 72.442.233	\$ 98.486.225	\$ 96.042.178	\$ 100.281.202
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 36.572.500	\$ 21.264.788	\$ 56.916.130	\$ 204.658.254	\$ 278.194.197
Impuestos Renta + CREE	12434650	\$ 7.230.028	\$ 19.351.484	\$ 69.583.806	\$ 94.586.027
UTILIDAD NETA	\$ 24.137.850	\$ 14.034.760	\$ 37.564.646	\$ 135.074.448	\$ 183.608.170
				260%	36%
Rentabilidad de la venta	15%	6%	10%	23%	25%
Patrimonio	\$ 102.000.000	\$ 126.137.850	\$ 140.172.610	\$ 140.172.610	\$ 140.172.610
Rentabilidad del patrimonio	23,66%	11,13%	26,80%	96,36%	130,99%

7.3.5Vpn y tir

porcentaje	20%
año 0	(102.000.000)
año 1	24.137.850
año 2	14.034.760
año 3	37.564.646
año 4	135.074.448
año 5	183.608.170
VPN	\$ 73.773.425
TIR	42%

7.3.6 Diagrama de caja

	2015	2016	2017	2018	2019
UTILIDAD	24.137.850	14.034.760	37.564.646	135.074.448	183.608.170



8. EMPRESA DE CONSULTORÍA Y ASESORIAS EDUCATIVAS -QINISA-

Teniendo en cuenta los resultados obtenidos en el análisis de los instrumentos aplicados a la población objetivo y la conclusiones de la factibilidad operativa, técnica y financiera , se crea la marca QINISA, una empresa que ofrece servicios de asesoría y consultoría en educación.

En los apartados siguientes se reúne no solo las expectativas personales que se tienen como docentes y gerentes educativas, sino los valores y principios que se percibieron como más relevantes para el sector y los clientes potenciales.

Por medio de la presentación de la marca durante el proceso de sustentación, se pretende realizar un estudio de mercado sobre el impacto, la aceptación y las percepciones del público de la imagen corporativa y lo que ella representa

8.1 MISION

Somos una organización humana que ofrece servicios de asesoría y consultoría a Instituciones cuyo fin es la educación y formación de la persona, teniendo como objetivo fundamental el mejoramiento del acto de educar, la actividad de enseñar y la acción de aprender, mediante una propuesta de valor innovadora.

8.2 VISION

Para el 2025 nuestro reto es ser una empresa reconocida en el sector educativo, por la calidad del portafolio de servicios que ofrece y de profesionales que acompañan los procesos, pero principalmente por la transformación real que genera en la vida cotidiana de las instituciones que acceden a sus servicios. Partimos del supuesto que la educación es un derecho y por tal razón, debe ser garantizada con un sentido de trascendencia y prospectiva en las organizaciones humanas que a ello se dedican.

8.3 IMAGEN CORPORATIVA

Para describir el logo empresarial es importante aclarar que no todos los colores son iguales ante los ojos del lector, por eso la creación del logo se basó en la armonía complementaria; la cual, utiliza dos colores opuestos según el círculo cromático, en este caso el color naranja y el color azul. Aunque se dice que los colores tienen significaciones comunes, para este caso el naranja significa creatividad, el blanco puntualidad y el azul fortaleza. Así mismo se toma la decisión de manejar estos dos tonos ya que la competencia analizada maneja colores azul claro y verdes, por lo que se hace necesario generar una diferenciación clara ante los ojos del cliente potencial y el mercado.

En cuanto a la imagen, las personas hablando y el nombre que sale en la viñetas, expresa la necesidad de la empresa de debatir, argumentar, analizar, fortalecer las debilidades y fortalecer las cualidades de los clientes, no desde una visión salvadora, sino dialogando y

escuchando. Las personas representan la comunidad educativas, quien con ayuda de QINISA, podrá establecer acuerdos para lograr el objetivo de fortalecer el Proyecto Educativo Institucional y encontrar esa pasión por la educación, lo cual, se logra más fácilmente en el diálogo de saberes.

En cuanto al lema “*Fortaleciendo tus competencias*”, a través del coaching se busca generar en profesores y directivos, mediante la habilidad de la pregunta y la escucha, la habilidad para encontrar el mejor camino, para reconocer sus debilidades y aceptar sus fortalezas; esto, por medio de la actitud consciente que en ellos mismo está la respuesta y la solución a las problemáticas y dificultades que enfrentan a diario.

Imagen 2: Marca corporativa



8.3.1 Lema. *Fortalecemos tus competencias*

8.3.2 Brochure


PORTAFOLIO



Educativos


Coaching:
A Directivos y maestros de forma grupo e individual.


Diseño y desarrollo de planes de mejoramiento.


Metodologías Innovadoras


Proyectos Educativos

En medios:
Audiovisuales
Radio
Televisión
Prensa
Escalar


Gestión de:
Proyectos educativos y planeación estratégica.


Asesoría en:
Asesorías jurídicas pedagógicas administrativas.


Organización de eventos institucionales:
Por ejemplo día del idioma, E Día de la excelencia.


CONTÁCTANOS



Dirección
Calle 2 No 4-57
oficina 105
Cajicá - Cundinamarca
Teléfonos
310 558 71 02 - 300 737 13 11



**FORTALECIENDO
TUS COMPETENCIAS**

¿ QUIENES SOMOS?

En **QINISA** buscamos transformar el sistema de enseñanza convencional generando proyectos innovadores en instituciones educativas, asesorando, realizando y reestructurando el Plan de aprendizaje tradicional.



"Dime y lo olvido, enséñame y lo recuerdo, involucrame y lo aprendo"

Benjamín Franklin

¿ PORQUE SOMOS?



MISIÓN

Somos una organización humana que ofrece servicios de asesoría y consultoría a Instituciones cuyo fin es la educación y formación de la persona, teniendo como objetivo fundamental el mejoramiento del acto de educar, la actividad de enseñar y la acción de aprender, mediante una propuesta de valor innovadora.

VISIÓN

Para el 2025 nuestro reto es ser una empresa reconocida en el sector educativo, por la calidad del portafolio de servicios que ofrece y de profesionales que acompañan los procesos, pero principalmente por la transformación real que generará en la vida cotidiana de las instituciones que acceden a sus servicios. Partimos del presupuesto que la educación es un derecho y por tal razón, debe ser garantizada con un sentido de trascendencia y prospectiva en las organizaciones humanas que a ella se dedican.



9. CONCLUSIONES

9.1 FACTIBILIDAD OPERATIVA

Después de aplicar y analizar las herramientas necesarias para establecer las necesidades de la Instituciones Educativas con referencia a los servicios de asesoría y consultoría recibidos o que esperan contratar en un futuro, se puede definir que:

9.1.1 Segmento de mercado. Se amplía, ya que el servicio se puede dirigir además de instituciones de educación formal a aquellas que brindan formación para el trabajo y el desarrollo humano, y, en una proyección futura a Instituciones de Educación Superior.

Lo anterior permite señalar que los clientes más importantes para la empresa se encuentran en un mercado segmentado, que evidencian problemas y necesidades ligeramente diferentes; lo que genera variación en los costos y servicios ofrecidos, redefiniendo el modelo de negocio que se debe plantear.

El segmento de mercado con que contaría la empresa sería:

- Instituciones de educación formal privadas que presten su servicio a población con nivel socio económico 3,4,5 y 6

- Instituciones de educación formal oficial, mediante convenio con la Secretaría de Educación a la que pertenezcan
- Instituciones que formen para el trabajo y desarrollo humano
- Instituciones de educación superior, como proyección futura de la empresa, por el tipo de asesoría o consultoría que requerirían
- Centrales de educación como DILE (Dirección Local De Educación) y Secretaría de Educación departamental.
- Personas interesadas en creación de Instituciones Educativas.
- Jardines infantiles
- Docentes y directivos docentes que estén interesados en procesos de coaching grupal o personal

9.1.2 Propuesta de valor. Busca satisfacer las necesidades del cliente, debe ser adaptativa teniendo en cuenta que la asesoría depende del contexto de las Instituciones Educativas y lo que busquen en determinado momento para mejorar la calidad de servicio que ellas ofrecen. Sin embargo se han definido las siguientes como las que podrían generar un plus en la empresa y hacer que los clientes potenciales se inclinen por este portafolio de servicios:

- Coaching educativo: En el que por medio de procesos de entrenamiento se logra que directivos y docentes sean conscientes de las realidades que los rodean y la manera en que pueden usar sus capacidades para impactar positivamente en el mejoramiento de las mismas. Este proceso permite que la asesoría recaiga sobre los directamente involucrados en el proceso educativo. El valor generado está en que al conocer ellos el día a día de la escuela puedan aportar y hacer seguimiento a las soluciones propuestas.
- Idoneidad de quienes prestan el servicio de asesoría: en el que se resalta la importancia que el profesional de apoyo este directamente relacionado con el sector educativo, ya que esto genera confianza y una visión amplia sobre las acciones que se deben emprender para afectar directamente el aspecto para el que se contrata la asesoría.
- Plan de acción: es necesario que en el proceso de asesoría y consultoría se muestre constantemente el beneficio que trae para la Institución Educativa acceder a dicho servicio, para ello se deben mostrar resultados parciales y finales, de forma clara con relación a las dinámicas propias de la institución. El plan de acción debe impactar

directamente en la práctica pedagógica, no simplemente en los protocolos administrativos.

- Fortalecimiento de competencias: la asesoría es un campo explorado y en relación constante con la educación. Sin embargo, estos procesos son vistos por la comunidad educativa, especialmente por los docentes, como un proceso que implicará más trabajo y diligenciamiento de herramientas que no siempre aportan al proceso de enseñanza aprendizaje; evidenciando como ventaja de oferta la importancia que los procesos de asesoría busquen impactar la generación y desarrollo de competencias de las personas involucradas. Por lo que en un principio se debe dar más importancia al proceso de asesoría que al de consultoría, por la forma en que el profesional se involucra en la proceso.
- Oferta gratuita: En el cual se propone que un segmento de mercado financie gratuitamente a otra parte del segmento. Se debe tener en cuenta la población a la que se ofrece el servicio y el nivel socio económico en que se encuentran. Además, se puede dar como valor agregado el acompañamiento posterior a la implementación del plan de acción, en que la Institución Educativa sienta respaldo incluso en el momento en que los asesores no se encuentren involucrados en el proceso y cuyo servicio no recurrirá en mayor costo del servicio.

- **Personalización:** Adaptación del servicio a las necesidades específicas del segmento de mercado, donde la empresa tiene un portafolio de servicio que se adapta a las instituciones educativas, entendidas como una organización humana diferente, sin afectar la calidad y profesionalismo en la oferta

9.1.3 Canales. La forma principal en que las Instituciones Educativas se relacionan con el servicio de asesoría y consultoría son las relaciones públicas. Es importante que la empresa desde un inicio se empiece a posicionar como una empresa confiable dentro del sector, además de buscar espacios en los que se pueda mostrar la propuesta de valor de la empresa, tales como encuentros interinstitucionales, foros de educación, licitaciones públicas, entre otros.

A partir de las encuestas aplicadas, Se deduce que la empresa debe usar dos tipos de canal para lograr mostrar a las instituciones su propuesta de valor:

- **Directo:** Orientado por un equipo comercial que en un primer momento son los socios, quienes son los encargados de dar a conocer los servicios de la empresa, permitiendo al cliente evaluar la propuesta de valor no en relación a la competencia, sino al beneficio que trae para las practicas pedagógicas institucionales la contratación de nuestros servicios; la propuesta de valor que se tiene y que es un diferenciador dentro del sector; la calidad en la entrega del servicio ya que se cuenta con un equipo de profesionales altamente capacitados y relacionados directamente con el sector educativo; y finalmente,

el proceso de postventa, en el que se incluye de manera gratuita el acompañamiento durante un periodo posterior a la implementación del proceso de asesoría.

- En el canal de venta directa también se contará con un sitio web propio, que cumple una función expresamente informativa sobre el portafolio de servicios, la estructura organizacional y las formas de contacto.
- Indirectos: en los que se destacan el canal de socios, en el que se aprovechan los puntos fuertes de las personas que aportan a la empresa. Para ello se aprovechará la participación de una de las socias en un periódico local de la Sabana de Bogotá y el vínculo directo de otra socia en el sector oficial, además de los contactos establecidos durante el proceso formativo en la Especialización en Gerencia Educativa de la Universidad de la Sabana.

9.1.4 Relación con clientes: En el que se define el tipo de vínculo que se busca establecer con los segmentos del mercado. Teniendo en cuenta esto y lo encontrado en los procesos de indagación, se establece que por el carácter que tiene la educación dentro de la sociedad y el tipo de servicio que ofrece, la relación que se hace necesario establecer en el proceso de acompañamiento es 90% personal y tan solo un 10% automatizada.

Esta estrategia de relación con las instituciones está basada en el fundamento como empresa de la fidelización de los clientes y el promedio de beneficios, dejando en un plano menos relevante la captación.

Teniendo en cuenta el objetivo planteado en las relaciones, las categorías que se establecen como fundamentales son:

- Asistencia personal: basado en la interacción humana, en la cual ante las inquietudes del cliente siempre se encontrará un asesor que lo guíe antes, durante y posterior al servicio contratado.
- Asistencia personal exclusiva: Como un objetivo a mediano plazo se buscará que exista exclusividad en el proceso de asesoría, que aunque genera mayor costo en el servicio, permite una relación más profunda con el cliente y por tanto, mayor conocimiento de las dinámicas propias de la Institución Educativa en la que se busca realizar el proceso. Por esta razón, en un primer momento se debe ofrecer en mayor medida el acompañamiento de asesoría que de consultoría.
- Autoservicio: No se mantiene una relación directa con el cliente. Sin embargo, se propone como un plus en el servicio, en el que por medio de la página web los clientes mediante una clave de acceso puedan consultar información general que les contribuya en el desarrollo de su funcionamiento diario, ejemplo de ello sería la normatividad educativa, directorio de entidades y procesos que en ellas se adelantan, entre otras.

9.1.5 Actividades clave: La acción clave con la que debe iniciar la empresa para lograr posicionamiento en el sector, es establecer una relación adecuada con los clientes, donde percibir ingreso no sea lo más importante, sino por el contrario la resolución de problemas, lo que implica la búsqueda de soluciones innovadoras a las problemáticas que presenta en su contexto las Instituciones Educativas.

Como principales problemas a resolver se destacan:

- Los relacionados con el aspecto jurídico, específicamente legislación que afecta al sector educativo y la forma en que dichas leyes se deben implementar, tal es el caso del Manual de convivencia escolar y la ley 1620.
- Certificación en calidad y en general los procesos que impactan en la calidad de la educación
- Capacitación docente y directiva para afrontar los retos diarios de la educación.
- Lo relacionado con el Proyecto Educativo Institucional
- Creación de Instituciones Educativas
- Proceso de evaluación institucional y planes de mejoramiento
- Procesos administrativos relacionados con clima laboral y talento humano.

- Procesos pedagógicos relacionados con estrategias que impacten en el mejoramiento de los procesos académicos en pro de mejorar en las pruebas de Estado.

9.1.6 Asociaciones claves. Teniendo en cuenta las necesidades del segmento de mercado y la especialización que tienen los socios directos, se hace necesario establecer alianzas que permitan reducir el riesgo en un sector en el que prima la incertidumbre y los errores en asesorías especializadas en algunos temas; razón por la que se debe hablar de una *alianza estratégica entre empresas no competidoras*, que busca tercerizar algunos servicios con profesionales con mayor experiencia y formación académica. Sin embargo, estas personas con las que se establezcan alianzas deben tener una orientación similar a la que propone la empresa como modelo de negocio, ya que en el momento de la intervención el asesor es un representante directo de la empresa. En este sentido se establece como política de empresa solo establecer alianzas con expertos relacionados directamente con la educación.

Esto permite generar un modelo de negocio abierto de dentro afuera, en el que se busca una colaboración sistemática con profesionales externos, donde la empresa proporciona a un tercero sus ideas y activos para un proceso específico, en el que cada uno recibe como beneficio un porcentaje establecido del costo de la asesoría. Esto permite usar ideas propias y externas en función del mejoramiento del servicio y genera un valor notable para fidelizar a las instituciones del sector

9.2 FACTIBILIDAD TÉCNICA

- Es relevante recalcar que el funcionamiento de la empresa en creación no depende de equipos técnicos y tecnológicos de gran impacto, ya que las asesorías y consultorías a realizar en un 90% se desarrollan a partir del recurso humano de la empresa.
- No podemos hablar de un espacio físico adecuado por el momento ni dentro de los próximos 5 años, ya que el espacio de la oficina será más utilizado como archivador y cuando sea necesario atención al cliente, puesto que el trabajo se desarrolla en campo.

9.3 FACTIBILIDAD FINANCIERA

- La empresa va a hacer un esfuerzo importante durante los tres primeros años, ya que va a realizar gastos en educación. Esto se verá reflejado en el mejoramiento de las utilidades a partir del año cuatro, donde la utilidad crece 2.6 veces frente a la del año 3, dado que la mayoría de los servicios que se tercerizan son prestados por los socios.
- A partir del primer año la empresa genera utilidades. La caída de la utilidad para el segundo año se presenta por el salario fijo destinado a la administración de la empresa, que inicia a partir del segundo semestre.
- Lo que se ha buscado es que el mayor aporte venga del capital intelectual, lo que permite no endeudarse con terceros, además de no adquirir más activos, ya que no se considera necesario para el funcionamiento adecuado de las operaciones.

- Durante el primer y segundo año se capitalizan las utilidades y ya a partir del tercer año puede hacerse distribución de las mismas entre los socios, lo que hace que la rentabilidad de patrimonio sea alta a partir del cuarto año.
- El mayor margen por producto se obtiene en la capacitación grupal. Sin embargo, no es el que presenta mayor participación en los ingresos, por lo que se debe realizar una estrategia que permita mayor cantidad de ventas de este servicio.

9.4. GENERALES

Teniendo en cuenta lo dicho en lo referente a la factibilidad operativa, técnica y financiera, con relación al objetivo principal del proyecto de grado se puede concluir que:

- La creación de la empresa de asesoría y consultoría es viable, ya que presenta una propuesta de valor que es innovadora y que genera amplio beneficios para las instituciones que accedan al servicio; por otra parte, es sostenible en un lapso de cinco años y presenta utilidades significativas para los socios que inviertan en el proyecto.
- La empresa nace como una posibilidad de negocio. Sin embargo, en el proceso de investigación se ha podido comprender que QINISA es una apuesta política por mejorar la calidad de la educación, no solo en los requerimientos de la educación sino con el propósito de generar transformación y cambios de paradigmas en la Educación

Colombiana; por darle herramientas a los docentes y directivos docentes para que encuentren la pasión por la labor que desempeñan.

- La elaboración de la propuesta tuvo altibajos significativos, ya que faltó mayor relación entre las asignaturas vistas durante los tres ciclos de formación con la elaboración de un proyecto de creación de empresa.
- El proyecto permitió cambiar la visión del docente, comprendiendo que éste es quien debe manejar mejor las herramientas gerenciales, ya que constantemente tiene personas a su cargo y debe tomar decisiones claves que impactan constantemente en el PEI, la cotidianidad y de la fidelización de los padres con la institución
- El proceso investigativo generó empoderamiento, ya que fortaleció competencias y permitió descubrir fortalezas de las cuales no había conciencia. Esto permitió asumir un rol y una actitud diferente en las actividades educativas que se llevan a cabo diariamente

BIBLIOGRAFÍA

ALVIRA RUIZ, Rosa, RIVERA GARCÍA Pedro y DOMÍNGUEZ SAEZ Pedro. Metodología en investigación didáctica de las ciencias sociales. Zaragoza, institución Fernando el Católico. 2010.

CALDERÓN Gregorio, NARANJO Julian, & ÁLVAREZ, Claudia. Gestión empresarial en Colombia: un aporte desde la administración. Bogotá D.C.: Universidad Nacional de Colombia, 2011.

JOYA RAMÍREZ Noohora & Otros. Guía para la elaboración de trabajos escritos. Bogotá D.C. ICONTEC. 2013

KURBI Michelle., La consultoría de empresas, guía para la profesión. México. Editorila Limusa, Noriga editores. 2004.

LETOURNEAU Jocelyn. La caja de herramientas del joven investigador. La carreta editores. Medellín, Colombia. 2009.

MONTOYA Luz Alexandra, y MONTOYA Iván Alonso. Metáforas biológicas aplicadas a las organizaciones. Bogotá D.C: Editorial Universidad Nacional de Colombia. 2012

OSTERWALDER Alexander, PIGNEUR Yves. Generación de modelo de negocio. 10 Ed. Nueva Jersey. Deusto editores. 2010

SANDOVAL ESTUPIÑAN, Luz Yolanda. Institución Educativa y Empresarial. Dos Organizaciones Humanas Distintas. Universidad de la Sabana. Ediciones Universidad de Navarra. 2008.

WEB GRAFÍA

Emprendedores Consejos para Ganar Dinero siendo Emprendedor ¿Qué es el estudio de mercado?, Fuente Blog, encontrado en: <http://bit.ly/1zMKZ3F>, Sin fecha de publicación.

Estudio de Mercado, Fuente Pdf, consulta libre en: <http://bit.ly/1rCPWxn>, Sin fecha de publicación.

El arte de enseñar a liderar, Fuente Pdf, Consulta libre en: [www. Metalactual.com](http://www.Metalactual.com) Revista de Administración Número 54. Publicado en el año 2012.

Alerta por matoneo tras intento de suicidio de niño de 9 años en Bogotá, Fuente el espectador, encontrado en <http://bit.ly/1lbXJdR>, publicado el 2 de abril de 2014.

DRYSDALE Robert, Factores determinantes de la deserción escolar en Colombia, (estudio de un caso), encontrado en <http://bit.ly/QGHyvq>, publicado en Revista del centro de estudios educativos, VOL II, núm.33, 1972.

GOSSAÍN, Juan ¿Por qué es tan mala la educación en Colombia?, Fuente el Tiempo, encontrado en <http://bit.ly/1oMUf3S>, Publicado el 28 de Febrero de 2014.

SA, Unidad I Consultoría y Asesoría, consulta libre en: <http://bit.ly/1IVGdXg> Sin fecha de publicación.

SA, Asesorías y servicios de Comunicación, Consulta libre en: <http://bit.ly/1b0Qp5g> Sin fecha de publicación.

SA, Directrices para la actividad académica de consultoría en la Pontificia Universidad Javeriana, publicado en Octubre 6 de 2014. Consulta libre en: <http://bit.ly/1FlZ4vF>

SA, fuentes de Información, consulta libre en: <http://bit.ly/1f0yVnn> sin fecha de publicación.

ANEXOS

ANEXO A: Verificación del Nombre de la empresa

The screenshot shows the RUES (Registro Único Empresarial y Social) website. The header includes the RUES logo and the text "Registro Único Empresarial y Social Cámaras de Comercio". Below the header, there is a navigation bar with links: Inicio, Consultas, Ventas, and Servicios Virtuales. The main content area is titled "Realice aquí su consulta empresarial o social" and contains a search form. The form has five tabs: Razón Social Nombre, Razón Social Palabra Clave, Número de Identificación, Matrícula Mercantil, and Registro Nacional de Turismo. The "Razón Social Nombre" tab is selected. Below the tabs, there is a text input field labeled "Razón social:" with the value "Quinta" entered. To the right of the input field is a "Consultar" button. Below the input field, there is a yellow warning box that says "Advertencia: La consulta por Nombre no ha retornado resultados." At the bottom of the page, there is a footer with the text "CONFECÁMARAS - Gerencia Registro Único Empresarial y Social Carrera 13 No 35A - 4T of 502 Bogotá, Colombia".

www.rues.org.co/RUES_Web/Consultas

Aplicaciones: Para acceder rápido a una página, arrástrela a esta barra de marcadores. [Imprimir marcadores ahora...](#)

Contáctenos: ¿Qué es el RUES? Cámaras de Comercio

RUES Registro Único Empresarial y Social
Cámaras de Comercio

Confecámaras
Red de Cámaras de Comercio

Inicio Consultas Ventas Servicios Virtuales

Acceso privado

Realice aquí su consulta empresarial o social

Consulte si una empresa o persona natural está inscrita en el registro mercantil de las cámaras de comercio del país. Escoja el criterio que se ajuste a sus necesidades.

Razón Social Nombre Razón Social Palabra Clave Número de Identificación Matrícula Mercantil Registro Nacional de Turismo

Los resultados de la consulta por nombre siempre se mostrarán en orden alfabético, y retorna todos aquellos comerciantes cuya razón social o sigla inicie con las palabras ingresadas.
Instrucciones adicionales para la consulta de Homonimia y Condiciones de Uso

Razón social: Quinta Consultar

Advertencia:
La consulta por Nombre no ha retornado resultados.

RM - Registro Mercantil RUP - Registro Único de Proponentes ESNL - Entidad Sin Ánimo de Lucro RNT - Registro Nacional de Turismo

Activar Windows
Ir a Configuración de PC para activar Windows.

CONFECÁMARAS - Gerencia Registro Único Empresarial y Social Carrera 13 No 35A - 4T of 502 Bogotá, Colombia

ANEXO B: Formulario de registro único empresarial

<file:///C:/Users/User/Downloads/ANEXO%20C.%20Formulario%20del%20Registro%20C3%9Anico%20Empresarial%20y%20Social.pdf>

ANEXO C: Formato encuesta a colegio que han contratado servicios de asesoría

DATOS DEL ENCUESTADO:

NOMBRE: _____

CARGO: _____

INSTITUCIÓN EDUCATIVA: _____

DATOS DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA:

LOCALIDAD: _____

NÚMERO DE ESTUDIANTES: _____

ESTRATOS A LOS QUE PRESTA SUS SERVICIOS: _____

ENFASIS: _____

CUENTA CON ALGÚN CONVENIO INTERINSTITUCIONAL:

SI ☐ NO ☐ ¿Cuál?

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN

1. ¿Ha contratado empresas especializadas en asesoría educativa?

SI ☐ NO ☐ ¿CUÁL?

2. ¿De qué manera estableció contacto con dicha empresa?

☐ Internet

☐ Referencias de conocidos

☐ Medios de comunicación

Otros _____ ¿Cuáles? _____

3. ¿Qué motivo lo llevo a buscar una empresa asesora en educación?

☐

Pedagógico

☐

Administrativo

☐

Jurídico

Otros _____ ¿Cuáles? _____

4. Específicamente ¿Cuál fue la razón que lo motivo a buscar asesoría?

5. ¿Qué servicios adicionales le ofreció la empresa además de los que usted solicitaba?

6. ¿Cree que los servicios ofrecidos por la empresa cumplieron sus expectativas y aclararon sus inquietudes?

SI ☐

NO ☐

¿Por qué? _____

7. ¿Volvería a contratar una empresa de asesoría o la recomendaría a otra institución?

SI ☐

NO ☐

¿Por qué? _____

8. ¿La formación profesional de las personas que prestaron el servicio brindaba confiabilidad a su consulta?

SI ☐

NO ☐

¿Por qué? _____

9. ¿Los costos de una asesoría son equivalentes a la información suministrada y a los beneficios que ella proporciona?

SI ☐

NO ☐

¿Por qué? _____

10. ¿Si la empresa prestadora del servicio de asesoría le pidiera que evaluará su portafolio que recomendaciones le haría?

ANEXO D: Formato encuesta a colegio que no han contratado servicios de asesoría

DATOS DEL ENCUESTADO:

NOMBRE: _____

CARGO: _____

INSTITUCIÓN EDUCATIVA: _____

DATOS DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA:

LOCALIDAD: _____

NÚMERO DE ESTUDIANTES: _____

ESTRATOS A LOS QUE PRESTA SUS SERVICIOS: _____

ENFASIS: _____

CUENTA CON ALGÚN CONVENIO INTERINSTITUCIONAL:

SI ☐ **NO** ☐ **¿Cuál?**

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN

1. ¿Contrataría una empresa especializada en asesoría educativa?

SI ☐ **NO** ☐ **¿por qué?** _____ -

2. ¿Por qué medio buscaría establecer contacto con una empresa de este tipo?

☐ Internet

☐ Referencias de conocidos

☐ Medios de comunicación

Otros _____ ¿Cuáles? _____

3. ¿Qué motivo lo llevaría a buscar una empresa asesora en educación?

☐ Pedagógico

☐ Administrativo

☐ Jurídico

Otros _____ ¿Cuáles? _____

4. ¿Qué aspectos de su institución cree que necesitarían el apoyo de una empresa de asesoría educativa y por qué?

5. Ante las dificultades que pueda presentar su institución ¿Dónde cree usted que puede encontrar soluciones sin acudir a una empresa de asesoría?

6. ¿Qué lo motivaría a contratar una empresa de asesorías educativas para su institución?
¿Por qué?

7. ¿Qué le impediría contratar a una empresa asesora para su institución?

8. ¿Qué tipo de formación profesional espera encontrar usted en la empresa que asesore su institución?

Integral ☐

Especializada ☐

¿Por qué?

9. ¿Considera usted que los costos de una asesoría son equivalentes a la información suministrada y a los beneficios que ella proporciona?

SI ☐

NO ☐

¿Por qué? _____

10. ¿Si la empresa prestadora del servicio de asesoría le pidiera que revisara su portafolio que esperaría encontrar en este?

ANEXO E: Formato entrevista a estudiantes posgrado que tienen como objetivo la creación y puesta en marcha de Institución Educativa

1. Presentación
2. ¿Qué lo motivó a crear una Institución educativa?
3. ¿En el proceso de conformación cuáles han sido los obstáculos que ha encontrado?
4. ¿Ha encontrado información suficiente y clara que responda sus inquietudes en este proceso?
5. ¿Desde los aspectos jurídico, pedagógico y administrativo en cuál considera usted que hay mayor carencia de información o claridad en la misma?
6. ¿Estaría usted interesado que en el proceso lo acompañara un asesor? ¿Qué le gustaría que profesionalmente éste le ofreciera? ¿Cree que sería una buena inversión a la hora de crear una institución?

ANEXO F: Formato entrevista a asesores especializados Universidad de la Sabana

- 1.** Presentación del especialista
- 2.** ¿Considera usted que la asesoría a instituciones educativas es un campo emergente?
¿Por qué?
- 3.** ¿Desde su experiencia considera que la oferta en asesorías educativas corresponde a la demanda existente en el sector? ¿por qué?
- 4.** ¿Cuál cree que debe ser la formación profesional de los integrantes de una empresa que ofrece asesoría a instituciones educativas? ¿en qué campo debe tener mayor fortaleza?
- 5.** ¿Cuáles considera usted que son los retos y desafíos que debe asumir una empresa de asesorías educativas en la realidad de las instituciones?
- 6.** ¿Cuáles considera usted que son las principales falencias que tiene una institución educativa en las que podría dar apoyo una empresa de asesoría? ¿por qué?

ANEXO G: Base de datos de colegios calendario B de Bogotá

Directorio Colegios Calendario B en Bogotá								
Localidad		Nombre	Dirección	Barrio	Teléfono	Grados	Saber 11	ISCE
USAQUEN	Asociación	ANEXO SAN FRANCISCO DE ASIS	CL 151 # 16 - 40	CEDRO BOLIVAR	5261678	Preesc - 11	A	
USAQUEN	Colegio	ANGLO COLOMBIANO	AK 19 # 152 A - 48	LAS MARGARITAS	2595700 -- 2595721 -- 6270726 -- 2595703 -- 2587920	Preesc - 11	A+	84
USAQUEN	Colegio	DE INGLATERRA (ENGLISH SCHOOL)	CL 170 # 15 - 68	VERBEENAL	6767700	Preesc - 11	A+	92
USAQUEN	Colegio	ITALIANO LEONARDO DA VINCI	KR 21 # 127 - 23	LA CALLEJA	2586295 -- 2586296 -- 2586434	Preesc - 11	A+	139
USAQUEN	Colegio	SAN CARLOS	CL 192 # 9 - 45	TIBABITA	5929000 -- 5262170	Preesc - 11	A+	58
USAQUEN	Colegio	SANTA FRANCISCA ROMANA	CL 151 # 16 - 40	CEDRO BOLIVAR	5939898 -- 5939890	Preesc - 11	A+	9
USAQUEN	Colegio	SANTA MARIA	KR 11 # 185 B - 17	SAN ANTONIO NORTE	6714440 -- 3788481	Preesc - 11	A+	
USAQUEN	Gimnasio	ALESSANDRO VOLTA	CL 119 # 4 - 79	USAQUÉN	7438850 -- 6298532 -- 6290245 -- 6570941	Preesc - 11	A+	
USAQUEN	Gimnasio	CAMPESTRE	CL 165 # 8 A - 50	SAN CRISTOBAL NORTE	6684410 -- 6684400	Preesc - 11	A+	
USAQUEN	Gimnasio	FEMENINO	KR 7 # 128 - 40	BELLA SUIZA	6578420	Preesc - 11	A+	160

USAQUEN	Gimnasio	LA ARBOLEDA	KR 8 C # 184 - 23	SAN ANTONIO NORTE	6690107 -- 5101476 -- 5109824	Preesc - 11	A	
USAQUEN	Gimnasio	OXFORD	CL 152 # 20 - 75	MARGARITAS	2746515	Preesc		
USAQUEN	Inst ed	TALENTO PREESCOLAR INSTITUCION EDUCATIVA LTDA	KR 22 # 122 - 92		2137957 -- 6199010	Preesc		
USAQUEN	Jardín inf	MI PATO CUA CUA	KR 18 A # 104 - 45		2364368 -- 2561911 -- 4782452	Preesc		
USAQUEN	Preescolar	MC MILLAN SAS	CL 127 B # 20 - 56	LA CALLEJA	2748173	Preesc		
CHAPINERO	Jardín	CASITA DE NUECES KINDERGARTEN	KR 19 # 85 - 73		6363030	Preesc		
CHAPINERO	Jardín inf	CASCANUECES	KR 18 # 94 A - 44		2360370 -- 2578580 -- 6230588	Preesc		
CHAPINERO	Jardín inf	TALLER DE ARTE ARCO IRIS	CL 87 # 9 - 06		2363700 -- 5305521	Preesc		
CHAPINERO	Liceo	FRANCES LOUIS PASTEUR	CL 87 # 7 - 77	LA CABRERA	2187055 -- 6162583 -- 6110715	Preesc - 11	A+	41
SANTAFE	Colegio	SAN BARTOLOME LA MERCED	KR 5 # 33 B - 80	LA MERCED	3436300	Preesc - 11	A+	
KENNEDY	Colegio	CHARLES BABBAGGE	KR 78 B # 39 A - 02 SUR PISOS 2-3-4	LEY KENNEDY	4503974	6 hasta 11	C	
SUBA	Colegio	ABRAHAM LINCOLN	AC 170 # 65 - 31	SAN JOSE DE BAVARIA	6767360	Preesc - 11	A+	98

SUBA	Colegio	ANDINO	KR 51 # 218 - 85	GUAYMARAL	6684250	Preesc - 11	A+	
SUBA	Colegio	ARCA INTERNACIONAL BILINGÜE	DG 157 # 77 - 15	ESTORIL	6829901 -- 6808745	Preesc - 11		
SUBA	Colegio	BILING BUCKINGHAM	KR 52 # 214 - 55	GUAYMARAL	6760812 -- 6760816	Preesc - 11	A+	47
SUBA	Colegio	BILING CLERMONT	KR 73 # 213 A - 51	VÍA LOS ARRAYANES	5922155	Preesc - 11	A+	57
SUBA	Colegio	BILING RICHMOND	KR 53 # 222 - 76	MARGARITA DEL 8	6763865 -- 6763864 -- 6763866 -- 6763836 -- 6760067	Preesc - 11	A+	
SUBA	Colegio	CALATRAVA	KR 80 # 156 - 95	SUBA TUNA ALTA	6847860	Preesc - 11	A+	
SUBA	Colegio	COLOMBO GALES	AV GUAIMARAL COSTADO SUR AEROPUERTO	GUAYMARAL	6684910	Preesc - 11	A+	
SUBA	Colegio	COLOMBO HEBREO	AC 153 # 50 - 65	MAZUREN	6711303 -- 6711263 -- 6711323	Preesc - 11	A+	
SUBA	Colegio	EL CAMINO ACADEMY	CL 222 # 52 - 30	PARCELACION EL JARDIN	6761339	Preesc - 11	A+	
SUBA	Colegio	GRAN BRETAÑA	KR 51 # 215 - 20	GUAYMARAL	6760426 -- 6761847 -- 6760391	Preesc - 11	A+	
SUBA	Colegio	HELVETIA	CL 128 # 71 A - 91	CALATRAVA	6247374	Preesc - 11		
SUBA	Colegio	INTERNAL DE EDUCACION INTEGRAL - CIEDI	KM 3 VIA SUBA - COTA	LAS MERCEDES DE SUBA	7569199 -- 6830604	Preesc - 11	A+	

SUBA	Colegio	LA COLINA	KR 80 # 147 - 50	SUBA CASA BLANCA	6828417 -- 6837770 -- 6804438 -- 6800391	Preesc - 11	A+	
SUBA	Colegio	MODERNO JOHN DEWEY	TV 54 # 111 - 85	ALAMBRA	8050996 -- 8050997 -- 5335192 -- 5335197	Preesc - 11	A	
SUBA	Colegio	MONTESSORI BRITISH SCHOOL	CL 128 # 72 - 80	CALATRAVA	6528585	Preesc - 11	A+	77
SUBA	Colegio	NUEVA ORLEANS	KM 17 VIA GUAYMARAL FINCA LA GLORIA	CONEJERA	6760623 -- 6760887	Preesc - 11	A	
SUBA	Colegio	SAN JORGE DE INGLATERRA	KR 92 # 156 - 88	POTOSÍ	6849175	Preesc - 11	A+	10
SUBA	Colegio	SAN MATEO APOSTOL	CL 215 # 50 - 24	CAFAM	6761172 -- 6760885 -- 6762900	Preesc - 11	A+	
SUBA	Colegio	VICTORIA	CL 215 # 50 - 60	ARRAYANES	6763435 -- 6761503	Preesc - 11	A+	
SUBA	Escuela	CASA DE LOS NIÑOS MARIA MONTESSORI	GUAYMARAL FINCA CALICHANA CASA 9	ZONA RURAL	6760627	Preesc		
SUBA	Fundación	GIMN LOS PORTALES	CL 212 # 77 - 20	LA CONEJERA	6764055	Preesc - 11	A+	50
SUBA	Fundación	NUEVO MARYMOUNT	CL 169 B # 74 A - 02	SAN JOSE DE BAVARIA	6699077 -- 6794545	Preesc - 11	A+	94
SUBA	Gimnasio	DEL NORTE	CL 207 # 70 - 50	LA CONEJERA	6762577 -- 6683939 -- 6761919	Preesc - 11	A+	32
SUBA	Gimnasio	FONTANA	CL 221 # 108 - 20	LOS ARRAYANES	7420303	Preesc - 11	A+	88
SUBA	Gimnasio	INFANTIL	CL 126 # 60 - 13		2714776 -- 2264642	Preesc		

UNIVERSIDAD DE LA SABANA
ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA EDUCATIVA
RESUMEN ANALÍTICO DE INVESTIGACIÓN (R.A.I)

ORIENTACIONES PARA SU ELABORACIÓN:

El Resumen Analítico de Investigación (RAI) debe ser elaborado en Excel según el siguiente formato registrando la información exigida de acuerdo la descripción de cada variable. Debe ser revisado por el asesor(a) del proyecto. Se ubica como un anexo más al final del proyecto.

No.	VARIABLES	DESCRIPCIÓN DE LA VARIABLE
1	NOMBRE DEL POSTGRADO	ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA EDUCATIVA
2	TÍTULO DEL PROYECTO	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE CONSULTORÍA Y ASESORÍAS EN EDUCACIÓN EN LA CIUDAD DE BOGOTÁ
3	AUTOR(es)	DAISSY ACUÑA ESTUPIÑAN ANDREA CAROLINA LAGOS CASTILLO
4	AÑO Y MES	18 DE ABRIL DE 2015
5	NOMBRE DEL ASESOR(a)	CARMEN ALICIA RUIZ BOHORQUÉZ

6	DESCRIPCIÓN O ABSTRACT	<p>This work is the result of the knowledge learned in the Education Management Specialization program of the Universidad de La Sabana. Is seek to make in it an operative, technical and financial feasibility study for the structure and start-up of an educational consultancy and advice enterprise. By data and information compilation, graphic and matrix analysis, is developed the -QINISI- business model, which define the market segment, distribution channels, costumer relationships, key activities and negotiations, operative structure and five-year financial projection. Whit this search and analysis is possible to conclude that the enterprise is a viable business whit important utilities for investors from third year. However, beyond the economic profit, this initiative look for turn this dream into a political bet, having as goal to return the passion lost in most of the human organization dedicated to the tough task of education, by making enterprises. So, educational couching and formation activities for teachers and school's managers, are noted as proposal value to this business, because this tools allow not only the improvement of educational quality but also a real transformation of the daily nature of persons and institutions accessing this service, making the strengthening of Institutional Education Project a target.</p>
7	PALABRAS CLAVES	Coaching, Aseosría, Consultoría,
8	TIPO DE ESTUDIO	CREACIÓN DE INSTITUCIÓN
9	OBJETIVO GENERAL	<p>Realizar el estudio de factibilidad para la creación de una empresa que ofrece servicios de consultoría y asesoría en educación en la ciudad de Bogotá, Por medio de diversos instrumentos, técnicas y herramientas que permitan comprender el modelo de negocio que se debe diseñar.</p>

10	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	<ul style="list-style-type: none"> • Identificar las necesidades de formación que tienen las Instituciones de Educación formal mediante la aplicación de herramientas de indagación para elaborar el portafolio de servicios de la empresa. • Establecer la viabilidad técnica y operativa mediante la aplicación de las herramientas pertinentes, a fin de identificar los recursos para la instalación y operación de la empresa • Identificar los trámites y normas legales para constituir una empresa con el objeto social SAS mediante la consulta en las entidades competentes, con el fin de lograr la puesta en marcha de la empresa. • Elaborar la proyección financiera de la empresa por medio de herramientas específicas confrontando la información presente con las expectativas futuras, para de esta manera determinar si es conveniente la ejecución del proyecto, su rentabilidad y el momento oportuno de inicio. <p>• Crear la marca de la empresa de asesoría y consultoría, teniendo en cuenta los resultados del estudio de factibilidad, para buscar la identidad de la misma, buscando que el proceso de socialización de la propuesta se convierta en un estudio de mercadeo que permita tener en cuenta la perspectiva de clientes potenciales y así descubrir oportunidades innovadoras para el negocio.</p>
11	CONCLUSIONES.	<ul style="list-style-type: none"> • La creación de la empresa de asesoría y consultoría es viable, ya que presenta una propuesta de valor que es innovadora y que genera amplio beneficios para las instituciones que accedan al servicio; por otra parte, es sostenible en un lapso de cinco años y presenta utilidades significativas para los socios que inviertan en el proyecto. • La empresa nace como una posibilidad de negocio. Sin embargo, en el proceso de investigación se ha podido comprender que QUINISA es una apuesta política por mejorar la calidad de la educación y por darle herramientas a los docentes y directivos docentes para que encuentren la pasión por la labor que desempeñan. • La elaboración de la propuesta tuvo altibajos significativos, ya que faltó mayor relación entre las asignaturas vistas durante los tres ciclos de formación con la elaboración de un proyecto de creación de empresa. • El proyecto permitió cambiar la visión del docente, comprendiendo que éste es quien debe manejar mejor las herramientas gerenciales, ya que constantemente tiene personas a su cargo y debe tomar decisiones claves que impactan constantemente en el PEI, la cotidianidad y de la fidelización de los padres con la institución • El proceso investigativo generó empoderamiento, ya que fortaleció competencias y permitió descubrir fortalezas de las cuales no había conciencia. Esto permitió asumir un rol y una actitud diferente en las actividades educativas que se llevan a cabo diariamente

12	FUENTES BIBLIOGRÁFICAS	<p>Alvira Ruiz R, Rivera García P y Domínguez Saez P. Metodología en investigación didáctica de las ciencias sociales. Zaragoza, institución Fernando el Católico. 2010.</p> <p>Calderón G, Naranjo J, & Álvarez. Gestión empresarial en Colombia: un aporte desde la administración. Bogotá D.C.: Universidad Nacional de Colombia, 2011.</p> <p>Joya Ramírez N & Otros. Guía para la elaboración de trabajos escritos. Bogotá D.C. ICONTEC. 2013</p> <p>Kurbi M., La consultoría de empresas, guía para la profesión. México. Editorila Limusa, Noriga editores. 2004.</p> <p>Letourneau J. La caja de herramientas del joven investigador. La carreta editores. Medellín, Colombia. 2009.</p> <p>Montoya L, y Montoya I. Metáforas biológicas aplicadas a las organizaciones. Bogotá D.C: Editorial Universidad Nacional de Colombia. 2012</p> <p>Sandoval L. Institución Educativa y Empresarial. Dos Organizaciones Humanas Distintas. Universidad de la Sabana. Ediciones Universidad de Navarra. 2008.</p> <p>Osterwalder A, Pigneur Yves. Generación de modelo de negocio. 10 Ed. Nueva Jersey. Deusto editores. 2010</p> <p>WEB GRAFÍA</p> <p>Emprendedores Consejos para Ganar Dinero siendo Emprendedor ¿Qué es el estudio de mercado?, Fuente Blog, encontrado en: http://bit.ly/1zMKZ3F, Sin fecha de publicación.</p>
----	------------------------	---

		<p>Estudio de Mercado, Fuente Pdf, consulta libre en: http://bit.ly/1rCPWxn, Sin fecha de publicación.</p> <p>El arte de enseñar a liderar, Fuente Pdf, consulta libre en: /http://www.metalactual.com/revista/8/administracion_consultoria.pdf, sin fecha de publicación.</p>
--	--	---

